


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 13.09.2024 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ОКСО УНО», Ростовская область (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023760056, при этом установила следующее.


Обозначение «  » по заявке №2023760056 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 06.07.2023 на имя заявителя для индивидуализации товаров и услуг 16, 25, 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.


Роспатентом 17.07.2024 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров 16 класса МКТУ и части заявленных услуг 35 класса МКТУ. В отношении всех товаров 25 класса МКТУ и иной части заявленных услуг 35 класса МКТУ препятствием для регистрации товарного знака послужил вывод о его несоответствии требованиям, предусмотренным пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.


Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что входящая в состав заявленного обозначения цифра «7» выполнена стандартным шрифтом и лишена оригинального графического исполнения, в связи с чем не обладает различительной способностью и на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса является неохраняемым.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с заявленным ранее обозначением и зарегистрированными ранее товарными знаками:

- с обозначением «» [1] (заявка №2023754317 с приоритетом от 22.06.2023, делопроизводство по заявке не завершено), заявленным на имя компании ОКСО ТЕКСТИЛ САНАЙИ ВЕ ПАЗАРЛАМА АНОНИМ ШИРКЕТИ, Енибосна Меркез Махаллеси, 29 Эким Джаддеси № 33 Бахчелиевлер Стамбул, Турция, в отношении однородных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ;

- с товарным знаком «» [2] (свидетельство №185219 с приоритетом от 09.09.1998), зарегистрированным на имя компании ОКСО ТЕКСТИЛ САНАЙИ ВЕ ПАЗАРЛАМА АНОНИМ ШИРКЕТИ, Енибосна Меркез Махаллеси, 29 Эким Джаддеси № 33 Бахчелиевлер Стамбул, Турция, в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ;

- с товарным знаком «» [3] (свидетельство №725192 с приоритетом от 22.05.2018), зарегистрированным на имя Ткачевой Оксаны Андреевны, 350077, Краснодарский край, г. Краснодар, п. СКНИИСИВ, ул. Селекционная, 19, кв. 10, в отношении однородных товаров 25 классов МКТУ;

- с товарным знаком «» [4] (международная регистрация №1161381 с конвенционным приоритетом от 18.02.2013), правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена на имя компании AVENIR TELECOM, Les Rizeries - 208 Bd de Plombieres F-13014 MARSEILLE, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил несогласие с административного органа. По мнению заявителя, заявленное обозначение «OXO7»

является единой композицией и деление ее на какие-либо элементы неправомерно, в связи с чем цифра «7» не подлежит исключению из правовой охраны. Также заявитель указывает, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки имеют низкую степень сходства, поскольку отличаются фонетически и графически, не ассоциируются по смыслу, а товары и услуги, указанные в их перечнях, не являются однородными. Сам по себе факт наличия сходных элементов сравниваемых обозначений не приводит к их смешению.

С учетом изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 17.07.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023760056 для всех заявленных товаров и услуг.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (06.07.2023) поступления заявки №2023760056 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями пункта 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.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно положениям пункта 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.

В соответствии с требованиями пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию (статья 1492) в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации;

2) 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.

В соответствии с положениями пункта 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными 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 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 «  » по заявке №2023760056 с приоритетом от 06.07.2023 представляет собой сочетание слова «OXO», выполненного стандартным шрифтом буквами латинского алфавита, и цифры «7».

Решение Роспатента оспаривается в отношении товаров 25 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых было отказано в государственной регистрации товарного знака, а именно:

25 класс МКТУ – «апостольники; ассортимент обуви; банданы [платки]; белье; 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 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; грации; джерси [одежда]; дополнения к одежде; жилеты; изделия брючные; изделия для детей; изделия для новорожденных; изделия перчаточные; изделия платочно-шарфовые; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; изделия чулочно-носочные; 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; облачение церковное; обувь; обувь гимнастическая; обувь для спорта; обувь национальная; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда готовая верхняя; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда для пляжа и отдыха; одежда зрелищная; одежда из искусственной кожи;

одежда из конкретных материалов; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда национальная; одежда непромокаемая; одежда повседневная; одежда профессиональная; одежда различного назначения; одежда светодиодная; одежда спортивная; одежда спортивная с цифровыми датчиками; одежда форменная; одежда, не включенная в другие подгруппы; 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; уборы головные и их детали; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; ханбок [корейская традиционная одежда]; цилиндры; части обуви; 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; элементы одежды; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты; краги; одежда шахтерская; костюм для занятия спортом; леотарды [спортивные купальники]; одежда для занятий зимними видами спорта; одежда для игры в теннис; одежда для мотоциклистов; рашгарды [одежда спортивная]; болеро; джемперы; одежда для

беременных; топы; подтяжки; рюши; шапочки кардинальские; бадлоны [водолазки]; жакеты; пиджаки; тенниски; толстовки; худи [одежда]; парео; кигуруми [пижамы]; одежда свадебная; анораки; накидки; норфолки [одежда верхняя]; палантины; пихоры [одежда]; слингокуртки; тренкоты [одежда верхняя]; бермуды; бордшорты; джинсы; шаровары; шорты; килты [одежда]; крыжмы крестильные; ползунки; пинетки; распашонки; бретели для бюстгалтеров; бюстье; комбидрессы; термобелье; сорочки ночные; корсеты; гольфы; подследники; термоноски; обувь для сноубордистов; обувь альпинистская; кроссовки; носки для пляжных видов спорта; футы [обувь спортивная]; бабуши; кеды; пуанты; сапоги резиновые; таби [традиционные японские носки]; стельки самонагревающиеся; протекторы противоскользкие для обуви; балаклавы; бейсболки; бескозырки; жокейки [головные уборы]; картузы; токи [головные уборы]; фуражки»;

35 класс МКТУ – «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент общий; менеджмент отраслевой специальный; менеджмент спортивный; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; 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; 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; 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 средств; прокат рекламных щитов; прокат фотокопировального оборудования; 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 с оплатой за клик; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор и систематизация




информации во всемирной сети; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление закупочно-снабженческой деятельностью; 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 коммерческой информации; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области рекламы; услуги в сфере бизнеса; услуги информационно-справочные; услуги информационно-справочные, предоставляемые коммерческим потребителям; услуги консультативные в сфере бизнеса; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги конторские и секретарские; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги менеджерские в сфере бизнеса; услуги менеджерские, не включенные в другие группы; 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 организации коммерческих и выставочных мероприятий в рекламных целях; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подготовке представления рекламных материалов; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по продвижению товаров и услуг; услуги по прокату торгового и офисного оборудования; услуги по размещению и распространению рекламы; услуги по размещению рекламы; услуги по распространению рекламы; 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 приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность Интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листов; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; услуги по анализу эффективности рекламы; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги бизнес – инкубаторов; организация торгово-закупочной деятельности».

Анализ заявленного обозначения показал, что слово «ОХО» и цифру «7», которые не связаны друг с другом семантически или композиционно, вследствие чего воспринимаются по отдельности. Цифра «7» в составе заявленного обозначения выполнена без какой-либо графической проработки, способной оказать влияние на индивидуализирующую функцию этого элемента, следовательно, он не обладает различительной способностью и является неохраняемым в соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

ОХО7

Отказ в государственной регистрации заявленного обозначения «**ОХО7**» по заявке №2023760056 в качестве товарного знака обусловлен выводом о его несоответствии требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием противопоставленных товарных знаков (обозначений) иных лиц с более ранним приоритетом «**О Х Х О**» [1] (заявка №2023754317 с приоритетом

от 22.06.2023), «» [2] (свидетельство №185219 с приоритетом от 09.09.1998), «» [3] (свидетельство №725192 с приоритетом от 22.05.2018), «» [4] (международная регистрация №1161381 с конвенционным приоритетом от 18.02.2013).

Противопоставленное обозначение [1] по заявке №2023754317 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака, в частности, для индивидуализации товаров 25 класса МКТУ «одежда, обувь, головные уборы» и услуг 35 класса МКТУ «реклама; управление бизнесом, организация бизнеса, бизнес-администрирование; служба офисная».

Противопоставленный товарный знак [2] свидетельству №185219 зарегистрирован для товаров 25 класса МКТУ «одежда; обувь; головные уборы».

Противопоставленный товарный знак [3] по свидетельству №725192 зарегистрирован для товаров 25 класса 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 съемные; 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]; пояскошельки [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 бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты».

Правовая охрана на территории Российской Федерации противопоставленному знаку [4] предоставлена, в частности, для таких услуг 35 класса МКТУ как «*telephone subscription services, subscriptions to a radio-telephony service, subscriptions to a radio-paging service; data communication subscriptions, database subscriptions, subscriptions to database servers, subscriptions to an access provider to a computer or data transmission network, including a global communication*






network (such as the Internet), private or restricted access networks (such as an intranet); arranging subscriptions to electronic newspapers; arranging subscriptions to telecommunication services; database updating services; information services related to updating of databases; computer file management service; telephone answering for unavailable subscribers; dissemination of advertisements, rental of advertising space, sales promotion for others; updating advertising literature, broadcasting (sample distribution); organization of exhibitions for commercial or advertising purposes for goods other than in connection with games, gaming, gambling, betting and pools; on-line advertising on a computer network; rental of advertising time on all communication media; publication of advertising texts; dissemination of advertisements; advertising by radio, television or via the Internet; teleshopping with offer of sale; business information especially via mail-order catalogs; Wholesale services, mail-order catalog services, online catalogs, retail outlet, online retail store services and telephone orders offering cleaning products, namely for computer screens and keyboards and any apparatus for recording, transmitting, reproducing and processing data, sounds and images except apparatus in connection with games, gaming, gambling, betting and pools, telecommunication terminals, telephone and mobile telephone installations, apparatus and sets, especially for public or private or portable or mobile or hands-free or voice-control purposes, receivers, telephone and radiotelephone transmitters, radio telephone terminals, masts for wireless aerials, apparatus for recording, transmitting, reproducing and processing data, sounds and images except apparatus in connection with games, gaming, gambling, betting and pools, software, especially data processing software, software for creating, managing, updating and using databases, software providing access to an electronic mail service excluding computer software in connection with games, gaming, gambling, betting and pools, data, sound and image input apparatus, computers, especially computer servers, computer, data communication and telephone terminals, particularly for global communication networks (similar to the Internet) or private and restricted access networks (similar to intranet), modems, connectors to a computer or telephone network, electrical or optical cables, database server centers, computer and communication transmitter and receiver apparatus, telephone switches,

software for access to a computer network or data transmission network, especially a global communication network (such as the Internet) or to a private or restricted-access network (such as an intranet), magnetic or optical data media, and particularly media for data constituting databases, electronic memories, cards with memory or micro-processor cards, magnetic cards, chip cards, including telephone cards, banking cards, credit cards with the exception of cards in connection or for use in games, gaming, gambling, betting and pools, debit cards with the exception of debit cards in connection with of used with games, gaming, gambling, betting and pools, access control apparatus, especially via telephone, devices for writing on and/or reading from memory or microprocessor or magnetic or chip cards, especially writing and/or reading devices for memory, microprocessor, magnetic or chip cards together with telephone apparatus, photographic apparatus, digital photographic cameras, television apparatus, GPS satellite tracking systems, hands-free kits, wired or wireless telephones, portable telephones, computers, printers for use with computers, battery chargers for telephones, telephone batteries, accumulators, charging cables on automobile vehicle cigar lighters, battery charging cables, charger cables on automobile vehicle cigar lighters with connectors for hands-free mobile telephones, computers, loudspeakers, wireless connecting keys for computers, equipment for data processing and computers, keyboards for computers, computer mice, mouse pads, sound amplifying apparatus, telephone receivers, telephone transmitters, fixed telephone holders (with adapters for motor vehicles), mobile telephone holders (with adapters for motor vehicles), electronic units with telephone connectors with or without antenna sockets, antenna adapters, charge regulators, telephone holders (parts of telephones), connectors for exterior antennas, microphones, strap (for the neck) to carry mobile telephones and any apparatus for recording, transmitting, reproducing and processing data, sounds and images except apparatus in connection with games, gaming, gambling, betting and pools; business research; business management assistance; business management consultancy» / «услуги телефонной связи, подписки на услуги радиотелефонии, подписки на услуги пейджинговой связи; подписки на передачу данных, подписки на базы данных, подписки на серверы баз данных, подписки на провайдера доступа к компьютеру или сети передачи данных, включая глобальную

сеть связи (такую как Интернет), частную или с ограниченным доступом доступ к сетям (таким как Интернет); организация подписки на электронные газеты; организация подписки на телекоммуникационные услуги; услуги по обновлению баз данных; информационные услуги, связанные с обновлением баз данных; услуги по управлению компьютерными файлами; автоответчики для недоступных абонентов; распространение рекламы, аренда рекламных площадей, стимулирование продаж для других; обновление рекламной литературы, вещание (распространение образцов); организация выставок в коммерческих или рекламных целях товаров, не связанных с играми, геймингом, играми азартными, тотализаторами и пулами; онлайн-реклама в компьютерной сети; аренда рекламного времени на всех средствах коммуникации; публикация рекламных текстов; распространение рекламы; реклама по радио, телевидению или через Интернет; телемагазины с предложением о продаже; деловая информация, особенно через каталоги почтовых заказов; оптовые услуги, услуги по каталогам заказов по почте, онлайн-каталоги, розничная торговля, услуги интернет-магазинов розничной торговли и заказы по телефону, предлагающие чистящие средства, в частности, для экранов компьютеров и клавиатур, а также любые устройства для записи, передачи, воспроизведения и обработки данных, звуков и изображений, за исключением устройств, связанных с играми, геймблнгом, азартными играми, заключением пари и бассейнов, телекоммуникационных терминалов, телефонных и мобильных телефонных установок, аппаратуры и комплектов, особенно для общественных или частных целей, портативных или мобильных устройств, устройств громкой связи или голосового управления, приемников, телефонных и радиотелефонных передатчиков, радиотелефонных терминалов, мачт для беспроводных антенн, устройств для записи, передачи, воспроизведения и обработки данных, звуков и изображений, за исключением устройств, связанных с играми, азартными играми, тотализаторами и пулами, программного обеспечения, особенно программного обеспечения для обработки данных, программного обеспечения для создания, управления, обновления и использования баз данных, программного обеспечения, обеспечивающего доступ к

услугам электронной почты, за исключением компьютерного программного обеспечения, связанного с играми, геймингом, азартными играми, ставками и пулами, устройствами ввода данных, звука и изображения, компьютерами, особенно компьютерных серверов, компьютеров, средств передачи данных и телефонных терминалов, особенно для глобальных сетей связи (аналогичных Интернету) или частных сетей с ограниченным доступом (аналогичных Интернету), модемов, соединителей для компьютерной или телефонной сети, электрических или оптических кабелей, серверных центров баз данных, компьютерных и коммуникационных передатчиков и приемных устройств, телефонных коммутаторов, программного обеспечения для доступа к компьютерной сети или сети передачи данных, в частности, в глобальную коммуникационную сеть (такую как Интернет) или в частную сеть или сеть с ограниченным доступом (такую как Интернет), магнитных или оптических носители данных и, в частности, носителей для данных, составляющих базы данных, электронных запоминающих устройств, карт с памятью или микропроцессорных карт, магнитных карт, чиповых карт, включая телефонные карты, банковские карты, кредитные карты, за исключением карт, используемых в связи с играми, азартными играми, ставками и пулами, дебетовых карт, за исключением дебетовых карт, используемых в связи с играми, азартными играми, ставками и пулами, устройств контроля доступа, в частности, по телефону, устройств для записи и/или считывания данных из памяти, или микропроцессорных, или магнитных, или чиповых карт, в частности, устройств для записи и/или считывания данных из памяти, микропроцессорных, магнитных, или чиповых карт вместе с телефонными аппаратами, фотографическими аппаратами, цифровыми фотокамерами, телевизионными аппаратами, устройствами спутникового слежения GPS системы, комплектов громкой связи, проводных или беспроводных телефонов, портативных телефонов, компьютеров, принтеров для использования с компьютерами, зарядных устройств для телефонов, телефонных батарей, аккумуляторов, кабелей для зарядки автомобильных зажигалок для сигар, кабелей для зарядки аккумуляторов, кабелей

для зарядки автомобильных зажигалок для сигар с разъемами для мобильных телефонов громкой связи, компьютеров, громкоговорителей, беспроводных соединительных ключей для компьютеров, оборудования для обработки данных и компьютеров, клавиатур для компьютеров, компьютерных мышей, ковриков для мыши, звукоусилительной аппаратуры, телефонных аппаратов приемники, телефонных передатчиков, держателей для стационарных телефонов (с адаптерами для автомобилей), держателей для мобильных телефонов (с адаптерами для автомобилей), электронных устройств с телефонными разъемами с антенными гнездами или без них, адаптеров для антенн, регуляторов заряда, держателей для телефонов (части телефонов), разъемов для внешних антенн, микрофонов, ремешков (для шеи) для ношения мобильных телефонов и любых устройств для записи, передачи, воспроизведения и обработки данных, звуков и изображений, за исключением аппаратуры в связи с играми, геймингом, азартными играми, тотализаторами и пулами; бизнес-исследования; помощь в управлении бизнесом; консультации по управлению бизнесом».

Анализируя доводы возражения, коллегия приняла к сведению аргумент заявителя о том, что сравниваемые обозначения и товарные знаки «», «» [1], «» [2], «» [3], «» [4], не ассоциируются по смыслу.

Вместе с тем, следует констатировать, что словесные элементы «OXO» и «OXOX» ни в составе заявленного обозначения, ни в указанных противопоставлениях [1] – [4], не являются лексическими единицами какого-либо языка. В этой связи не представляется возможным провести сопоставительный анализ заявленного обозначения по семантическому критерию сходства с названными противопоставлениями.

Кроме того, необходимо отметить, что заявленное обозначение выполнено стандартным шрифтом, без каких-либо графических особенностей, влияющих на его запоминание.

Все вышеизложенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что основным фактором сходства, обуславливающими восприятие сравниваемых словесных обозначений выступает фонетический критерий сходства.

Словесные элементы «ОХО» и «ОХХО», наиболее очевидный вариант звучания которых [оксо]) с учетом восприятия слов, выполненных буквами латинского алфавита, характеризуются тождеством звучания.

Таким образом, учитывая высокое фонетическое сходство сравниваемых обозначений при нивелировании смыслового и графического критериев сходства, можно сделать вывод о том, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1] - [4] являются сходными в целом, несмотря на отдельные отличия.

При этом необходимо отметить, что согласно позиции Суда по интеллектуальным правам, сформулированной в ряде дел (например, №СИП-658/2021, №СИП-210/2017, №СИП-450/2017), наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака. Следует констатировать, что в настоящем деле полностью совпадают словесные элементы «ОХО» в составе заявленного обозначения и противопоставленных знаков [3], [4], а словесные элементы «ОХО» и «ОХХО» имеют высокую степень сходства в силу фонетического тождества.

В свою очередь сопоставительный анализ перечней товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков (обозначений) показал следующее.

Указанные в перечне заявленного обозначения товары 25 класса МКТУ являются либо идентичными, либо относятся к одной и той же родовой группе с товарами 25 класса МКТУ противопоставленных знаков [1] – [3], представляющих собой различные предметы одежды, обуви и головных уборов.

В свою очередь соотносятся между собой по виду и роду услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [4], относящиеся к деятельности в сфере бизнеса, торговли и рекламы, а также офисной службы. Что касается противопоставленного обозначения [1] по заявке №2023754317, поданного на регистрацию в том числе и для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ, то согласно решению Роспатента от 17.11.2024 ему было отказано в регистрации в качестве товарного знака в отношении услуг 35 класса МКТУ, в связи с чем в этой части названное обозначение в данном деле не учитывается.

Необходимо отметить, что при анализе сходства сравниваемых знаков и однородности товаров (услуг), для сопровождения которых они предназначены, принимается во внимание сложившаяся правоприменительная судебная практика, сформулированная 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.

В данном случае коллегией установлено сходство сравниваемых обозначений и однородности товаров (услуг), для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений в гражданском обороте.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1] - [4] в отношении однородных товаров и услуг 25 35 классов МКТУ, перечисленных выше, в соответствии с требованиями, установленными пунктом 6 (1), (2) статьи

1483 Кодекса. В этой связи оснований для удовлетворения поступившего возражения не имеется.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 13.09.2024, оставить в силе решение Роспатента от 17.07.2024.