


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), рассмотрела поступившее 28.05.2024 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №969385, поданное компанией «ФАСТ РИТЕЙЛИНГ КО., ЛТД», Япония (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.





Регистрация оспариваемого товарного знака «» с приоритетом от 23.05.2023 по заявке №2023743796 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 20.09.2023 за №969385 в отношении товаров и услуг 25 и 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) на имя Перминова Владимира Александровича, г. Москва (далее – правообладатель).



В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 28.05.2024, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №969385 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является японской розничной холдинговой компанией, глобальным ритейлером одежды, крупнейшим в мире по рыночной капитализации и занимающим третье место по объемам продаж. На имя лица, подавшего

возражение, зарегистрировано большое количество товарных знаков, основанных на словесном элементе «UNI QLO», в том числе, и в России. В частности, в Российской Федерации на имя «ФАСТ РИТЕЙЛИНГ КО., ЛТД», зарегистрированы следующие средства индивидуализации: словесный товарный знак «UNIQLO» по свидетельству №210334 (1), словесный знак «UNIQLO» по международной регистрации №1009787 (2),

товарный знак «» по свидетельству №211157 (3), знаки «» по свидетельству №777394 (4) и международной регистрации №1037862 (5), товарный знак

«» по свидетельству №650998 (6), товарный знак « LifeWear » по

свидетельству №538331 (7), знак «» по международной регистрации №1660888 (8);

- оспариваемый товарный знак со словесным элементом «YOU CLO» является сходным до степени смешения с указанным выше знаками, зарегистрированными на имя лица, подавшего возражение;

- словесные элементы «YOU CLO» и «UNIQLO» оспариваемого знака и знаков по международной регистрации №1009787 и по свидетельству №210334 создают крайне близкие визуальные образы. В частности, словесные элементы обозначений совпадают по большинству признаков визуального сходства, предусмотренных законодательством, а именно: выполнение стандартным шрифтом; наличие совпадающих букв - U, L, O, сходство графического написания букв C и Q (округлые); одинаковое расположение букв C/Q, L, O; совпадение графического написания с учетом характера букв – печатные, заглавные; одинаковый алфавит – латиница; близкое зрительное впечатление за счет одинакового количества букв и вышеуказанных признаков. Таким образом, доминирующие словесные элементы «YOU CLO» оспариваемого знака являются визуально сходными со словесными знаками «UNIQLO» знаков (1-2), что свидетельствует о сходстве оспариваемого обозначения в целом с более ранними знаками (1-2) по графическому критерию;

- при сравнении доминирующих словесных элементов «YOU CLO» оспариваемого обозначения и доминирующих элементов «UNI QLO» более ранних комбинированных

товарных знаков по свидетельствам (3-8) по визуальному критерию, следует отметить, что знаки зрительно воспринимаются практически одинаковым образом. В частности, словесные элементы обозначений совпадают по всем признакам визуального сходства, предусмотренным законодательством;

- доминирующие словесные элементы оспариваемого знака и более ранних товарных знаков японской компании могут восприниматься потребителями одинаковым образом – в качестве фантазийных, либо же порождать сходные ассоциации и идеи в сознании потребителей – одежда для вас, для тебя, единая одежда для всех. Вместе с тем, отсутствие конкретного смысла в доминирующих словесных элементах выдвигает на первый план иные признаки – графический и фонетический;

- словесные элементы «YOU CLO» оспариваемого товарного знака будут произнесены в два слога и пять звуков, с наиболее вероятной постановкой ударения на последний слог как: [ЙУ-КЛО]. Словесные элементы товарных знаков «UNIQLO» / «UNI QLO» лица, подавшего возражение, произносятся в три слога и семь звуков, с ударением на последний слог следующим образом: [ЙУ-НИ-КЛО]. Представляется очевидным, что сравниваемые обозначения совпадают по всем признакам фонетического сходства, предусмотренным законодательством, в том числе: наличие пяти совпадающих звуков из семи и их одинаковое расположение; наличие двух совпадающих слогов и их одинаковое расположение; близость состава гласных звуков [У, О] – [У, И, О]; близость состава согласных звуков [Й, К, Л] – [Й, Н, К, Л]; одинаковое ударение;

- с учетом вышеизложенного, оспариваемый и противопоставленные знаки (1-8) являются сходными;


- все товары 25 класса МКУТ оспариваемого и противопоставленного знаков (1, 3, 5-8) однородны, так как относятся к одежде, обуви, головным уборам;

- правовая охрана противопоставленным знакам (2, 4-8) предоставлена для услуг, относящимся к менеджменту в сфере бизнеса, административной деятельности в сфере бизнеса, услугам офисной службы, услугам по продвижению товаров для третьих лиц, маркетингу, рекламе, услугам по оптовой и розничной продаже товаров, помощи в управлении бизнесом; консультациям по управлению персоналом; услугам по переезду для бизнеса; бухгалтерскому учету; систематизации информации в компьютерных базах данных; прокату торговых автоматов. Данные услуги являются однородными подавляющему большинству услуг 35 класса МКТУ, указанному в перечне оспариваемого

знака по таким признакам как род и вид услуг, их назначение, общие каналы реализации и целевая аудитория, кроме того, рассматриваемые услуги могут быть взаимодополняемыми;

- на стадии экспертизы оспариваемого товарного знака его правообладателем был предоставлен социологический опрос по вопросу сходства оспариваемого знака и знака



«» лица, подавшего возражение. Однако, вышеуказанный отчет, во-первых, демонстрирует некорректные формулировки при проведении исследования, которые не позволяют сделать вывод об отсутствии сходства до степени смешения между рассматриваемыми знаками, а во-вторых, напротив, свидетельствует о существующем риске смешения. Кроме того, указанное исследование проведено в отношении лишь одного товарного знака, тогда как на имя лица, подавшего возражение, зарегистрирована серия товарных знаков;

- в целях установления фактического риска смешения лицо, подавшее возражение, обратилось в Лабораторию социологической экспертизы Института социологии РАН, которой было проведено исследование, включающее оценку сходства оспариваемого товарного знака и противопоставленных знаков (1-7). Приведенные в отчете результаты исследования подтверждают высокий риск смешения упомянутых средств индивидуализации.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №969385 недействительным в отношении всех товаров 25 класса МКТУ, а также услуг 35 класса МКТУ «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; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; 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 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 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 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 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 фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса».

В подтверждение изложенных доводов с возражением, а также с дополнениями к возражению, компанией «ФАСТ РИТЕЙЛИНГ КО., ЛТД» были представлены следующие материалы:

1. Копии публикаций свидетельств №969385, №210334, №211157, №777394. №650998, №538331;
2. Информация о лице, подавшем возражение, из «WIKIPEDIA»;
3. Копии публикаций международных регистраций №1009787, №1037862, №1660888;
4. Пример использования обозначения «YOU CLO» на «wildberries», «ozon»;
5. Информация о бренде «UNI QLO GU»;
6. Значение слова «uni-»;
7. Статья о бренде, «the Village»;
8. Статьи из изданий «Ведомости», «Собака.ру», «new-retail.ru», «Sorbege», «mollu.ru», «Коммерсант», «vc.ru», «blueprint.ru», «РИА Воронеж», «Nihon-gu.ru», «Glamour.ru», «nnov.hse.ru»;
9. Отзывы о товарах;
10. Предложение к продаже товаров на «OZON»;
11. Предложение к продаже товаров на «Wildberries»;
12. Отчет «Платопрос»;
13. Заключение Лаборатории социологической экспертизы Института социологии РАН №58-2024 от 18.03.2024.

В адрес правообладателя в установленном порядке были направлены уведомления с указанием даты заседаний коллегии и предложением предоставить отзыв по мотивам возражения. Уведомление от 05.07.2024, направленное в адрес правообладателя, было возвращено с почты России. Правообладатель отсутствовал на заседаниях коллегии, состоявшихся 05.09.2024 и 07.10.2024, отзыва по мотивам возражения не представил.

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

С учетом даты (23.05.2023) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с 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 отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 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 пункту 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 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам. 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. 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. 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.

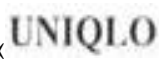
В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное 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).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. Лицу, подавшему возражение, принадлежат исключительные права на знаки (1-8), сходные, по его мнению, до степени смешения с оспариваемым товарным знаком.

Изложенное свидетельствует о заинтересованности компании «ФАСТ РИТЕЙЛИНГ КО., ЛТД» в подаче настоящего возражения по приведенному в возражении основанию.




Оспариваемый товарный знак «» является комбинированным и состоит из помещенных на двух строках элементов «YOU», «CLO», выполненных стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, между указанными элементами помещены иероглифы. В правую нижнюю часть знака включен элемент «by.». Композиция из упомянутых элементов помещена на фоне прямоугольника синего цвета с белой окантовкой. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в синем, белом, светло-сером цветовом сочетании в отношении товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.


Противопоставленный знак «» (1) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении, в том числе, товаров 25 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «UNIQLO» (2) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении, в том числе, услуг 35 класса МКТУ.




Противопоставленный знак «» (3) является комбинированным и состоит из словесных элементов «UNI», «QLO», выполненных в две строки стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Указанные словесные элементы выполнены на фоне квадрата черного цвета. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении, в том числе, товаров 25 класса МКТУ.





Противопоставленный знак «» (4) является комбинированным и состоит из словесных элементов «UNI», «QLO», выполненных в две строки стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Указанные словесные элементы выполнены на фоне квадрата красного цвета. Правовая охрана знаку предоставлена в красном и белом цветовом сочетании в отношении, в том числе, услуг 35 класса МКТУ.




Противопоставленный знак «» (5) является комбинированным и состоит из словесных элементов «UNI», «QLO», выполненных в две строки стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Указанные словесные элементы выполнены на фоне квадрата красного цвета. Правовая охрана знаку предоставлена в красном цветовом сочетании в отношении, в том числе, товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.




Противопоставленный знак « » (6) является комбинированным и состоит из словесных элементов «UNI», «QLO», выполненных в две строки стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита на фоне красного квадрата, а также из словесного элемента «GU», выполненного стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита на фоне синего квадрата. Правовая охрана знаку предоставлена в красном, белом, синем, желтом цветовом сочетании в отношении, в том числе, товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.



Противопоставленный знак « LifeWear » (7) является комбинированным и состоит из помещенных рядом квадратов красного цвета, в левом квадрате помещены иероглифы, в правом квадрате помещены словесных элементов «UNI», «QLO», выполненных в две строки стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. В нижней части знака помещен словесный элемент «LifeWear», выполненный стандартным шрифтом строчными буквами латинского алфавита, буквы «l», «w» - заглавные. Правовая охрана знаку предоставлена в красном, белом, черном цветовом сочетании в отношении, в том числе, товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.



Противопоставленный знак «» (8) является комбинированным и состоит из помещенных рядом квадратов зеленого цвета, в левом квадрате помещены иероглифы, в правом квадрате помещены словесных элементов «UNI», «QLO», выполненных в две строки стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в зеленом и белом цветовом сочетании в отношении, в том числе, товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.

Анализ оспариваемого знака на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В оспариваемом товарном знаке основная индивидуализирующая способность обеспечивается словесными элементами «YOU CLO», которые визуально доминируют за счет их выполнения крупным шрифтом в центральной части знака. Именно на словесных элементах «YOU CLO» акцентируется внимание потребителей при восприятии знака, кроме того, будучи словесными, данные элементы легче запоминаются и воспроизводятся. Иероглифы в составе оспариваемого знака наиболее вероятно будут восприниматься в качестве графических элементов, несущих декоративную функцию, что касается элемента «by.», то он выполнен мелким шрифтом в периферийной части знака, в связи с чем индивидуализирующая функция данных элементов снижена.

Оспариваемому знаку противопоставлены словесные (1-2) и комбинированные знаки (3-8), объединенные общими элементами – словесными элементами «UNIQLO» / «UNI» «QLO», являющимися единственными элементами знаков (1-2) или элементами, которые в значительной степени определяют образ знаков (3-8), по которым они запоминаются российскими потребителями прежде всего. Что касается словесного элемента «LifeWear» знака (7), то он относится к его слабым элементам, поскольку не занимает в нем доминирующего положения и переводится как «одежда для жизни», то есть может быть воспринят в качестве описательной характеристики. Иероглифы, входящие в состав знаков (7-8), как правило, не могут быть прочитаны российским потребителем и, следовательно, воспринимаются скорее как их графическая составляющая. Элемент «GU» в знаке (6) также играют второстепенную индивидуализирующую функцию, поскольку наиболее сильным элементом в данном знаке является именно элемент «UNI QLO», положенный в основу линейки знаков лица, подавшего возражение.

Словесные элементы «YOU CLO» и «UNIQLO» / «UNI» «QLO» оспариваемого и противопоставленных знаков (1-8) имеют близкое фонетическое произношение – [й у к л о] / [й у н и к л о], поскольку совпадающими являются пять звуков [й у к л о], расположенных в одинаковой последовательности, занимающих начальную и конечную части сравниваемых словесных элементов, кроме того, сравниваемые обозначения характеризуются наличием двух совпадающих слогов и их одинаковым расположением, близостью состава гласных звуков [у, о] – [у, и, о], близостью состава согласных звуков [й, к, л] – [й, н, к, л]. Таким образом, можно сделать вывод о высокой вероятности смешения сравниваемых знаков при восприятии на слух.

Относительно семантического критерия сходства было установлено следующее. Словесный элемент «YOU» оспариваемого знака переводится с английского на русский язык как «ты, вы»¹. Элемент «clo» оспариваемого знака отсутствует в словарях общей лексики. Следовательно, данный знак за счет фантазийности второго элемента «clo» может быть воспринят как абстрактный, не имеющий какую-либо конкретную семантику.

Согласно словарям основных европейских языков², словесные элементы «UNIQLO» знаков (1-2) не имеют лексических значений, словосочетания «UNI QLO» знаков (3-8) также могут быть восприняты в качестве фантазийных за счет того, что их часть «QLO» не имеет перевода.

Таким образом, сравниваемые знаки одинаково могут быть восприняты в качестве фантазийных.

Вместе с тем, нельзя полностью исключать упомянутых в возражений представлений, которые могут вызывать оспариваемый и противопоставленные знаки (3-8).

Так, элемент «clo» оспариваемого знака в отдельных словарях имеет следующую семантику: «одежда, обмундирование»³, в связи с чем данный знак может ассоциироваться со словосочетанием «твоя одежда», «одежда для вас».

Что касается знаков (3-8), то их элемент «uni» часто используется в значении «одно-», «едино-»⁴, а часть «clo» была образована правообладателем от слова «clothing» («одежда»), является созвучной его начальному слогу и может порождать связанные с этим словом ассоциации в сознании потребителей. Согласно возражению, данное сокращение явилось результатом ошибки при регистрации товарного знака, изначально бренд назывался «UNI CLO» [2, 8]. Следовательно, в целом противопоставленные знаки (3-8) могут вызывать представления с «единой одеждой», «одной одеждой для всех», то есть иметь близкие идеи с оспариваемым знаком.

Таким образом, следует констатировать, что доминирующие словесные элементы оспариваемого и противопоставленных знаков (1-8) могут быть восприняты потребителями одинаковым образом – в качестве фантазийных, либо же порождать сходные ассоциации – одежда для вас, для тебя, единая одежда для всех. Следует отметить наличие в оспариваемом знаке, а также знаках (7-8) иероглифов, которые создают их

¹ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/1074730>

² <https://translate.academic.ru/uniqlo/xx/ru/>

³ https://military_abbr_en_ru.academic.ru/16129, https://textile_en_ru.academic.ru/3119 др.

⁴ <https://translate.academic.ru/uni/xx/ru/>

дополнительное смысловое наполнение и способны порождать образы, связанные с Востоком, что может сближать знаки с точки зрения семантики.

Коллегия установила высокую степень визуального сходства знаков. В частности, словесные элементы сравниваемых знаков совпадают по большинству признаков визуального сходства: они выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, их словесные элементы имеют совпадающие буквы – «U», «L», «O», буквы «C» и «Q» имеют сходство графического написания (округлые), а также близкое зрительное впечатление за счет одинакового количества букв. Таким образом, доминирующие словесные элементы «YOU CLO» оспариваемого знака являются визуально сходными со словесными товарными знаками «UNIQLO» / «UNI» «CLO» знаков (1-8). Графические элементы оспариваемого и противопоставленных знаков (3-8) также имеют признаки визуального сходства – они включают изобразительные элементы в виде квадрата / прямоугольника, изображения иероглифов, что усиливает сходство знаков.

Резюмируя вышеизложенное, оспариваемый знак обладает высокой степенью сходства со знаками (1-8) на основе фонетического и графического признаков сходства, а также в связи с возможностью вызывать близкие ассоциации при их восприятии.

Товары 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; ботсы 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 носочно-чулочные 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; тубетейки; 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 бот; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» оспариваемого знака в высокой степени однородны товарам 25 класса МКТУ «одежда, обувь, головные уборы» знаков (1, 3), товарам 25 класса МКТУ «clothing; shoes; belts (clothing); layettes (clothing); bathing suits; water proof clothing; masquerade costumes; football shoes; headgear; hosiery; gloves (clothing);

scarves; wedding dresses» («одежда; обувь; ремни (одежда); приданое (одежда); купальные костюмы; водонепроницаемая одежда; маскарадные костюмы; футбольные бутсы; головные уборы; чулочно-носочные изделия; перчатки (одежда); шарфы; свадебные платья») знака (5), товарам 25 класса МКТУ «одежда; куртки; пальто; джемперы; плащи; свитера; пуловеры; трикотаж [одежда]; кардиганы; жилеты; рубашки; рубашки поло; пеленки [одежда]; водонепроницаемая одежда; брюки; спортивные брюки; толстовки; спортивные штаны; костюмы; юбки; платья; леггинсы [штаны]; пляжная одежда; купальники [купальные костюмы]; ночные сорочки; пеньюары; пижамы; нижнее белье; комбинации [одежда]; боксеры; трусы, шорты; плавки; трусы спортивные; бюстгальтеры; нижние юбки; чулочно-носочные изделия; кофточки; футболки; майки; трикотажные изделия [одежда]; японская традиционная одежда; джинсы; перчатки и варежки [одежда]; шарфы [платки]; галстуки; платки; банданы [платки]; корсеты; вуали [одежда]; наушники [одежда]; головные уборы; шляпы; шапки [головные уборы]; носки; чулки; подвязки; подвязки для чулок; подтяжки; корсажи; пояса (одежда); шапочки для душа; маски для сна (одежда); обувь; фурнитура металлическая для обуви; японские деревянные башмаки [гета]; японские сандалии [зори]; тапочки; сандалии; туфли и ботинки; спортивная обувь; обувь для спорта; костюмы маскарадные; одежда для спорта; бутсы; манжеты [одежда]; колготки; анораки [парки], туники; комбинезоны утепленные» знака (6), товарам 25 класса МКТУ «одежда; манто, пальто; свитера и тому подобные изделия; рубашки и тому подобные изделия; приданое для новорожденных [одежда]; плащи непромокаемые, одежда водонепроницаемая; платья свадебные; брюки; брюки для бега; тренировочные брюки; костюмы купальные; ночные рубашки (сорочки); пеньюары (домашнее платье); пижамы; халаты, банные халаты; белье нижнее; белье нижнее нательное, майки; корсеты [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; платье-рубашка, женская сорочка; кальсоны [одежда] и трусы; комбинации [белье нижнее]; трусы женские, шорты и трусы-шорты; бюстгальтеры; юбки нижние; изделия трикотажные; корсажи [женское белье]; футболки; перчатки и митенки, рукавицы, варежки; шарфы, платки шейные; головные уборы; подвязки; подвязки для носков; пояс брюк, пояс юбки [одежда]; пояса [одежда]; обувь; обувь спортивная; костюмы маскарадные; одежда спортивная; бутсы (обувь для футбола)» знака (7), товарам 25 класса МКТУ «clothing; outerclothing; trousers; sweaters; shirts; blouses; rainwear; waterproof clothing; ready-made linings [parts of clothing]; pockets for clothing; swimwear [bathing suits]; nightwear; underwear [underclothing]; gloves [clothing]; scarfs;

neckties; mufflers [clothing]; headwear; socks; stockings; garters; sock suspenders; braces for clothing [suspenders]; waistbands; belts [clothing]; headbands [clothing]; shower caps; sleep masks; footwear; shoes; sports shoes; masquerade costumes; clothing for sports; wristbands; clothing made from recycled polyester» («одежда; верхняя одежда; брюки; свитера; рубашки; блузки; дождевики; водонепроницаемая одежда; готовые подкладки [части одежды]; карманы для одежды; купальники [купальные костюмы]; ночное белье [нижнее белье]; перчатки [одежда]; шарфы; галстуки; кашне [одежда]; головные уборы; носки; чулки; подвязки; подтяжки для носков; подтяжки для одежды [подтяжки]; пояса; ремни [одежда]; повязки на голову [одежда]; шапочки для душа; маски для сна; обувь; туфли; спортивная обувь; маскарадные костюмы; одежда для спорта; напульсники; одежда из переработанного полиэстера») знака (8). Сравнимые товары относятся к одним родовым группам (одежда (и ее части), обувь (и ее части), головные уборы), могут быть произведены одним лицом, иметь совместные каналы реализации.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «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; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; 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 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 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 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 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 фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» однородны услугам 35 класса МКТУ «retail services or wholesale services for clothing; retail services or wholesale services for woven fabrics and beddings; retail services or wholesale services for footwear; retail services or wholesale services for bags and pouches; retail services or wholesale services for personal articles; retail services or wholesale services for clocks; watches and spectacles; eyeglasses and goggles; retail services or wholesale services for cosmetics, toiletries, dentifrices, soaps and detergents; retail services or wholesale services for toilet seat covers of textile, toilet lid cover of textile, toilet-paper holder cover of textile; retail services or wholesale services for floor coverings» («услуги розничной торговли или оптовой торговли одеждой; услуги розничной торговли или оптовой торговли тканями и постельными принадлежностями; услуги розничной торговли или оптовой торговли обувью; услуги розничной торговли или оптовой торговли сумками и мешочками; услуги розничной торговли или оптовой торговли личными вещами; услуги розничной торговли или оптовой торговли часами; часами и очками; очками; услуги розничной торговли или оптовой торговли косметикой, туалетными принадлежностями, зубными пастами, мылом и моющими средствами; услуги розничной торговли или оптовой торговли чехлами для сидений унитазов из текстиля, чехлами для крышек унитазов из текстиля, чехлами для держателей туалетной бумаги из текстиля; услуги розничной торговли или оптовой торговли напольными покрытиями») знака (2), услугам 35 класса МКТУ «продвижение товаров и услуг третьих лиц посредством управления продажами и рекламных поощрительных схем с использованием купонов; маркетинг; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; организация показов мод в рекламных целях; организация выставок и торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; офисные функции; продажа розничная или оптовая полотенец; продажа розничная или оптовая головных уборов; продажа розничная или оптовая подгузников; управление процессами обработки заказов товаров; продвижение продаж для третьих лиц в отношении подгузников» знака (3), услугам 35 класса МКТУ «продвижение товаров и услуг третьих лиц посредством управления продажами и рекламных поощрительных схем с использованием купонов; маркетинг; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; организация показов мод в рекламных целях; организация выставок и торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; офисные функции; продажа розничная или оптовая полотенец; продажа розничная или оптовая

головных уборов; продажа розничная или оптовая подузников; управление процессами обработки заказов товаров; продвижение продаж для третьих лиц в отношении подузников» знака (4), услугам 35 класса МКТУ «advertising; sales promotion for others; business management assistance; personnel management consultancy; relocation services for businesses; accounting; systemization of information into computer databases; rental of vending machines; retail services or wholesale services for cushions, bed linen, futon and quilts cases (linen), and any other woven fabrics and beddings; retail services or wholesale services for clothing; retail services or wholesale services for footwear; retail services or wholesale services for bags and pouches; retail services or wholesale services for personal ornaments of precious metal, umbrellas, belts (clothing) and personal articles; retail services or wholesale services for cosmetics, dentifrices, soaps and detergents; retail services or wholesale services for clocks, watches and spectacles (eyeglasses and goggles); retail services or wholesale services for table linen of textile; retail services or wholesale services for toilet seat covers of textile, toilet lid covers of textile, toilet paper holder covers of textile; retail services or wholesale services for floor coverings» («реклама; стимулирование сбыта для третьих лиц; помощь в управлении бизнесом; консультации по управлению персоналом; услуги по переезду для предприятий; бухгалтерский учет; систематизация информации в компьютерных базах данных; аренда торговых автоматов; услуги розничной торговли или оптовой торговли подушками, постельным бельем, чехлами для футонов и одеял (льняными), а также любыми другими ткаными материалами и постельными принадлежностями; услуги розничной торговли или оптовой торговли одеждой; услуги розничной торговли или оптовой торговли обувью; услуги розничной торговли или оптовой торговли сумками и мешочками; услуги розничной торговли или оптовой торговли личными украшениями из драгоценных металлов, зонтами, ремнями (одежда) и личными вещами; услуги розничной торговли или оптовой торговли косметикой, зубными пастами, мылом и моющими средствами; услуги розничной торговли или оптовой торговли часами и очками (очками и защитными очками); услуги розничной торговли или оптовой торговли столовым бельем из текстиля; услуги розничной торговли или оптовой торговли чехлами для унитазов из текстиля, чехлами для крышек унитазов из текстиля, чехлами для держателей туалетной бумаги из текстиля; услуги розничной торговли или оптовой торговли напольными покрытиями») знака (5), услугам 35 класса МКТУ «услуги розничной или оптовой продажи тканей и постельных принадлежностей; услуги розничной или оптовой продажи одежды; услуги

розничной или оптовой продажи обуви, за исключением специальной обуви для занятий спортом; услуги розничной или оптовой продажи сумок и кошельков; реклама и услуги по продвижению товаров; реклама в сети Интернет; рассылка рекламных проспектов; реклама в журналах; реклама в газетах; реклама телевизионная; радиореклама; реклама на транспорте; реклама внутри и снаружи транспортных средств; наружная реклама; распространение рекламных материалов через уличные витрины и витрины магазинов; демонстрация товаров; рассылка рекламных материалов; организация и производство рекламных материалов; планирование рекламных кампаний; организация или проведение торговых ярмарок в рекламных целях; составление рекламных текстов; оформление витрин; розничная или оптовая продажа мебели; розничная или оптовая продажа косметики, туалетных принадлежностей, зубной пасты и порошков, мыла и моющих средств; розничная или оптовая продажа бумаги и канцелярских принадлежностей; розничная или оптовая продажа игрушек, кукол, игровых автоматов и аппаратуры; розничная или оптовая продажа часов, наручных часов, очков (очков для коррекции зрения и защитных очков) и солнечных очков» знака (6), услугам 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; маркетинг; оптовая и розничная продажа тканей, материалов тканевых, постельных принадлежностей, полотенец, одежды, обуви, головных уборов, сумок, пакетов, кошельков и изделий для личного пользования; организация показов моды для рекламных целей и в целях продаж; организация выставок и торговых ярмарок в рекламных целях и целях продаж» знака (7), услугам 35 класса МКТУ «charitable services, namely, organizing and conducting volunteer programs and community service projects; charitable services in the nature of organizing and conducting volunteer projects to promote public awareness of environmental matters; advertising for social action program or charitable activities; advertising services to promote public awareness of environmental matters; promotion, advertising and marketing of online web sites; sales promotion for others; promoting the goods and services of others via a global computer network; marketing; providing information concerning commercial sales; providing information relating to retail sale and wholesale of fashion goods; providing information concerning retail sale and wholesale of environment-friendly products; providing information relating to retail sale and wholesale of goods including recycled goods or second-hand goods; advertising; organizing exhibitions for goods on the Internet for commercial or advertising purposes; providing commercial information and advice

for consumers in the choice of products and services; arranging and conducting of Internet auctions; compilation of information into computer databases; market research, surveys and analysis services relating to waste disposal, removal, handling and recycling; market research services relating to effective use of water or recycling of industrial waste; retail services or wholesale services for woven fabrics and bedding; retail services or wholesale services for towels of textile; retail services or wholesale services for clothing; retail services for headgear; retail services or wholesale services for footwear; retail services or wholesale services for bags and pouches; retail services or wholesale services for personal articles; retail services or wholesale services for personal ornaments; retail services or wholesale services for diapers; retail services for leather and recycled leather; retail services for recycled clothing; retail services or wholesale services for personal articles including second-hand goods or recycled goods; providing consulting services in the area of global sustainable business solutions; office functions» («благотворительные услуги, а именно организация и проведение волонтерских программ и проектов общественных служб; благотворительные услуги в виде организации и проведения волонтерских проектов по повышению осведомленности общественности об экологических проблемах; реклама социальных программ действий или благотворительных мероприятий; рекламные услуги по повышению осведомленности общественности об экологических проблемах; продвижение, реклама и маркетинг веб-сайтов в Интернете; стимулирование сбыта для других; продвижение товаров и услуг других лиц через глобальную компьютерную сеть; маркетинг; предоставление информации о коммерческих продажах; предоставление информации о розничной и оптовой продаже модных товаров; предоставление информации о розничной и оптовой продаже экологически чистых товаров; предоставление информации о розничной и оптовой продаже товаров, включая переработанные товары или бывшие в употреблении товары; реклама; организация выставок товаров в Интернете в коммерческих или рекламных целях; предоставление коммерческой информации и консультаций для потребителей по выбору товаров и услуг; организация и проведение интернет-аукционов; сбор информации в компьютерные базы данных; услуги по исследованию рынка, опросы и анализу, связанные с утилизацией, вывозом, обработкой и переработкой отходов; услуги по исследованию рынка, связанные с эффективным использованием воды или переработкой промышленных отходов; услуги розничной или оптовой торговли тканями материалами и постельными принадлежностями; услуги розничной торговли или оптовой

торговли полотенцами из текстиля; услуги розничной торговли или оптовой торговли одеждой; услуги розничной торговли головными уборами; услуги розничной торговли или оптовой торговли обувью; услуги розничной торговли или оптовой торговли сумками и мешочками; услуги розничной торговли или оптовой торговли личными вещами; услуги розничной торговли или оптовой торговли личными украшениями; услуги розничной торговли или оптовой торговли подгузниками; услуги розничной торговли кожей и переработанной кожей; услуги розничной торговли переработанной одеждой; услуги розничной торговли или оптовой торговли личными вещами, включая бывшие в употреблении или переработанные товары; предоставление консультационных услуг в области глобальных решений для устойчивого бизнеса; офисные функции») знака (8). Данные услуги объединены одними родовыми группами (услуги по продвижению товаров, включая их рекламу и продажу, менеджмент в сфере бизнеса, административная деятельность в сфере бизнеса, офисная служба, консультации по управлению персоналом, бухгалтерские услуги, систематизация информации в компьютерных базах данных, услуги по прокату). Каждая из этих групп услуг объединена совместным назначением, лицами, которые их оказывают, а также адресной группой потребителей, возможностью взаимодополнения.


В отношении анализа однородности товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ, для которых оспаривается товарный знак по свидетельству №969385 и предоставлена правовая охрана знакам (1-8), коллегия учитывала, что вероятность смешения сравниваемых знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг. 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 (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда). В рассматриваемом случае была установлена высокая степень сходства сравниваемых знаков, а также высокая степень однородности сравниваемых товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ, что может привести к высокой вероятности смешения данных товаров и услуг, маркированных сравниваемыми знаками, в гражданском обороте.

С учетом вышеизложенного, имеются основания для признания оспариваемой регистрации №969385 не соответствующей пункту 6 статьи 1483 Кодекса в рамках ее сходства до степени смешения со знаками (1-8) в отношении оспариваемых товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.

При рассмотрении настоящего возражения, коллегия учитывала обстоятельства, повышающие вероятность смешения сравниваемых знаков, к которым относится наличие серии знаков одного лица (компания «ФАСТ РИТЕЙЛ КО., ЛТД.»), в основу которой положены словесные элементы «UNIQLO», «UNI» «QLO». При этом, товары данной компании являются довольно узнаваемыми на рынке Российской Федерации [2, 7-11].

Кроме того, коллегия проанализировала представленный правообладателем на стадии экспертизы заявки №2023743796 отчет по результатам социологического исследования [12], который, по мнению Перминова В.А., свидетельствует об отсутствии сходства обозначения по заявке №2023743796, зарегистрированного в качестве



оспариваемого знака, и знака «». По мнению коллегии, данный социологический опрос содержит существенный недостаток, не позволяющие признать сделанные в нем выводы объективными, репрезентативными и подтверждающими соответствующий довод правообладателя.

Так, опрос не содержит вопросов-фильтров, которые бы устанавливали релевантную группу потребителей, приобретавших товары 25 класса МКТУ и использовавших услуги 35 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый и противопоставленный знаки. Кроме того, согласно опросу, в нем участвовали респонденты из 80 регионов России, однако, эти регионы не указаны, не ясно, респонденты каких именно населенных пунктов участвовали в данном опросе с тем, чтобы оценить, не была ли смещена выборка в пользу городов с высоким (или низким населением).

Вопросы опроса («Видите ли вы различия между этими двумя логотипами?», «Видите ли вы различия между этими двумя логотипами?», «Считаете ли Вы изображения торговых марок сходными до степени смешения, то есть могли бы Вы по ошибке купить одну марку вместо другой?», «Видите ли вы фонетические различия между названиями этих торговых марок») не обладают точностью и строгостью, не соответствует критериям сходства, которые установлены Правилами для оценки тождества и сходства обозначений.

Следует отметить также, что представленный опрос касается сходства



оспариваемого знака только со знаком , но в нем отсутствуют вопросы, касающиеся сходства товарного знака по свидетельству №969385 и иных знаков лица, подавшего возражение.


При этом, несмотря на недостатки опроса, все-таки 22,02% респондентов ответили на вопрос №2, что считают сравниваемые знаки сходными между собой.

В свою очередь, правообладателем также был представлен социологический опрос [13], касающийся вопросов сходства оспариваемого и противопоставленных знаков (1-7). В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы. Большинство респондентов полагают, что оспариваемый знак и обозначения «UNIQLO» (60%),

 (63%),  (61%),  (52%),   (52%),




принадлежат одной или связанным между собой компаниям. Так, большая часть опрошенных считают, что тестируемые обозначения ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия (см. диаграммы №1, 7, 13, 19, 25). Кроме того, большинство респондентов отмечают, что существует реальная вероятность путаницы, в результате которой одно обозначение может быть принято за другое. Результат в 52% получен в отношении оспариваемого знака и знака «UNIQLO», 55% опрошенных дали

аналогичный ответ по оспариваемому знаку и знакам  и , 46% респондентов положительно ответили на соответствующий вопрос, касающийся

 (50%), 50% респондентов усмотрели возможность принять одно обозначение за другое в случае с оспариваемым знаком и знаком

 .

Значительная часть лиц, проходивших опрос, полагают, что дизайн обозначения

 создан по подобию дизайна обозначений  (61%), 



(57%), « LifeWear » (54%). Существенная доля потребителей полагает, что дизайн



обозначения « » создан по подобию дизайна обозначения « » (47%). Большинство опрошенных (61%) полагают, обозначение и серия обозначений



«UNIQLO», « », « », « LifeWear », « » принадлежат одной и той же (либо связанной с ней) компании. Близкие показатели получены и при ретроспективных вопросах на дату подачи заявки на оспариваемое обозначение.

При этом, в постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 18 июля 2006 г. №3691/06 указано, что процент респондентов, которые однозначно не могут отличить товарные знаки, в размере от 20% до 60 % является «весьма внушительным результатом, влияющим на продвижение товара на определенном сегменте рынка».

Следовательно, приведенные в отчете результаты исследования подтверждают высокий риск смешения оспариваемого товарного знака и знаков лица, подавшего возражение.

Помимо всего прочего, коллегия приняла во внимание факт подачи



правообладателем заявки №2022721583 на регистрацию обозначения « », в качестве товарного знака. По данной заявке было принято решение Роспатента от 12.01.2023 об отказе в ее регистрации со ссылкой на несоответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего данному обозначению были противопоставлены знаки (1-8).

Резюмируя всю вышеизложенную информацию, коллегия установила несоответствие произведенной регистрации пункту 6 статьи 1483 Кодекса ввиду его сходства до степени смешения со знаками (1-8) в отношении однородных товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.

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

удовлетворить возражение, поступившее 28.05.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №969385 недействительным в отношении всех товаров 25 класса МКТУ, а также услуг 35 класса МКТУ «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; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; 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 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 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 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 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 фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса».