

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 26.06.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Агротема А», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №829203, при этом установлено следующее.

Регистрация комбинированного товарного знака «ТАРРИКА» по свидетельству №829203 с приоритетом от 14.01.2021 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 17.09.2021 по заявке № 2021701026 на имя Щепачева Сергея Васильевича, Республика Татарстан, г. Казань (далее – правообладатель), в отношении товаров 17, 22 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 26.06.2024, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №829203 произведена с нарушением требований пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- ООО «Агротема А» зарегистрировано в качестве юридического лица 13.07.1993 года. Основным видом деятельности компании является давальческое производство полиэтиленовой пленки и оптовая торговля материалами для сельского хозяйства, строительства и упаковки;

- лицом, подавшим возражение, 29.08.2011 года было подано на регистрацию в качестве товарного знака обозначение «ТАРПИКС», 14.06.2012 года товарный знак по свидетельству №464256 был зарегистрирован в отношении товаров 17 класса МКТУ: пленки пластмассовые (за исключением используемых для упаковки). Далее, 19.10.2023 было подано на регистрацию еще одно обозначение «ТАРПИКС» с более широким перечнем товаров 16, 17, 22 классов МКТУ, заявка №2023800534, при этом 18.06.2024 года данное обозначение зарегистрировано и присвоено свидетельство №1030310;

- под брендом «ТАРПИКС» ООО «Агротема А» производит и реализует строительные тенты и пленки, тентовое полотно и сопутствующие товары;

- пленка и тенты под брендом «ТАРПИКС» приобрели широкую известность благодаря большим объемам продаж как самостоятельно компанией, так и ее дистрибьютерами в разных точках России;

- товарный знак «ТАРПИКС» по свидетельству №464256 был зарегистрирован 14.06.2011 года, дата приоритета 29.08.2011, за это время данный бренд стал широко известен большому кругу потребителей данной области товаров на территории Российской Федерации;

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с товарными знаками лица, подавшего возражение, поскольку характеризуются фонетическим, визуальным сходством, что может вызывать у потребителей представление о принадлежности данных обозначений одному лицу;

- сравнительный анализ перечней, в отношении которых зарегистрированы оспариваемый товарный знак и товарные знаки лица, подавшего возражение, позволил выявить, что оспариваемый товарный знак охраняется для товаров, однородных товарам, в отношении которых зарегистрированы более ранние противопоставленные товарные знаки, поскольку сравниваемые товары имеют

одно назначение, один и тот же круг потребителей, одинаковые каналы реализации;

- лицо, подавшее возражение, обращает внимание на то, что производство пленок пластмассовых (за исключением используемых для упаковки), осуществляется на тех же производственных мощностях, на которых изготавливаются товары 17 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак;

- кроме того, сами пленки пластмассовые используются в изготовлении товаров 22 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак;

- также необходимо отметить, что данные товары 17, 22 классов МКТУ предлагаются к торговле в специализированных магазинах в одних и тех же отделах;

- услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак являются услугами по реализации товаров. Учитывая очевидную близость деятельности правообладателей сравниваемых товарных знаков, понятно, что в данном случае речь идет о реализации товаров 17, 22 классов МКТУ;

- ООО «Агротема А» - компания с более чем 30-летней историей (компания зарегистрирована 13.07.1993 года), обладает широкой известностью в сельскохозяйственной отрасли, в частности является крупным производителем полиэтиленовых пленок, тентов и сопутствующих товаров. Компания обладает большим портфелем зарегистрированных товарных знаков, за время использования приобретших узнаваемость на российском рынке товаров данной отрасли, среди которых «Технопарп» №1014351, «Трио» №410069, «Оптима» №383033, «Landy» №913268, «Лено» №480850 и другие;

- правообладатель сознательно воспользовался наработанной деловой репутацией компании «Агротема А» и намеренно зарегистрировал на своё имя сходное до степени смешения обозначение по свидетельству №829203 в отношении товаров 17, 22 и услуг 35 классов МКТУ для продажи на территории Российской Федерации.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №829203 недействительным в отношении товаров 17, 22 и услуг 35 классов МКТУ.

С возражением были представлены следующие материалы:

1. Товарный знак № 829203 на 1 л. в 2 экз.;
2. Выписка из ЕГРЮЛ ООО «Агротема А» на 4 л. в 2 экз.;
3. Товарные знаки Заявителя № 464256, № 1030310 на 2 л. в 2 экз.;

Информация с сайта <https://tarpika.ru/>;

5. Выписка из ЕГРЮЛ ООО «Льноком»;
6. Выписка из ЕГРЮЛ ООО ПК «Тарпика»;
7. Выписка картотека коммерсант об аффилированных лицах;
8. Договорные отношения, счет-фактуры с ООО «Льноком» Договор-счет № 12181 от 13.09.2018, счет-фактура № 8128 от 19.09.2018, банковская выписка на 8 л. в 2 экз.;

9. Договорные отношения, счет-фактуры с ООО ПК «Тарпика» Счета-договоры + счет фактуры к ним: № 8675 от 07.08.2020, 12470 от 12.11.2020, 12268 от 06.11.2020, 9870 от 07.09.2020, 12034 от 29.10.2020, 9758 от 03.09.2020, 13859 от 17.12.20, 12867 от 20.11.2020, 12618 от 17.11.2020, 13528 от 08.12.2020, 575 от 30.01.2020, отчет о продажах на 24 л. в 2 экз.;

10. Природа и виды полимерных пленок на 4 л. в 1 экз.;
11. Виды пленок и их свойства на 5 л. в 1 экз.;
12. Определение пластиковых пленок на 5 л. в 1 экз.;
13. Полиэтиленовая пленка: виды и сферы применения на 7 л. в 1 экз.;
14. Полимеры как альтернатива конопатки натуральными материалами на бл. в 1 экз.;
15. Пенополиэтилен в продаже у ООО «Агротема А»;
16. Товары под обозначением «ТАРПИКС» в продаже на 2 л. в 1 экз.;
17. Предложения о продаже тентов из пластмассовых пленок на 18 л. в 1 экз.;
18. Предложения о продаже палаток из пластмассовых пленок на 3 л. в 1 экз.;
19. Предложения о продаже навесов из пластмассовых пленок на 3 л. в 1 экз.;

20. Предложения о продаже чехлов из пластмассовых пленок на 3 л. в 1 экз.;
21. Подтверждение о продаже в одних разделах на 5 л. в 1 экз.;
22. Полиэтиленовая пленка – применение, виды и свойства на 6 л. в 1 экз.;
23. Полиэтиленовая пленка в продаже на 6 л. в 1 экз.;
24. Ткань ПВХ в продаже на 18 л. в 1 экз.;
25. Информация из <https://web.archive.org/> на 93 л. в 1 экз.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему:

- сравнительный анализ оспариваемого обозначения и противопоставленных товарных знаков показал, что сравниваемые товарные знаки имеют ряд существенных отличий по фонетическому, графическому и семантическому критериям сходства;

- сопоставляя обозначения «ТАРПИКС» и «ТАРПИКА», можно говорить об отсутствии смыслового сходства, так как и обозначение «ТАРПИКС», и обозначение «ТАРПИКА» - фантазийные наименования;

- в комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом, как правило, является словесный, так как на нем делается акцент при восприятии обозначения. Словесный элемент запоминается легче, чем графический, поскольку может быть воспринят и передан значительно проще - не только визуально, но и устно;

- внимание адресной группы потребителей товаров и услуг, для которых зарегистрировано спорное обозначение, концентрируется именно на частях словесного элемента «КА», «КС» и «ТАРПИ», на которые падает основная логическая нагрузка, вследствие чего данные словесные элементы выполняют основную индивидуализирующую функцию в спорном обозначении;

- в словесном элементе «ТАРПИКА» оспариваемого товарного знака включена буква «А», за счет которой в товарном знаке увеличивается количество слогов и звуков, что изменяет его фонетическую длину, а также ритмику при произношении;

- противопоставленный товарный знак оформлен кириллицей, а оспариваемый товарный знак – латиницей;

- оспариваемый товарный выполнен в оригинальной цветовой проработке

черного цвета, имеет в своем составе изобразительный элемент в виде щита;

- сравниваемые товарные знаки не являются сходными по графическому признаку сходства, поскольку производят разное общее зрительное впечатление;

- создание и рождение обозначения ТАРПИКА, ТАРПИКА произошло гораздо раньше регистрации самого товарного знака ТАРПИКА, еще в 2015 году. Изначально оно звучало как ТАРПИ, как производное и фантазийное слово с английского Tarpaulin, что в переводе означает брезент. Чтобы влага не просачивалась сквозь полотно, тарпаулин с обеих сторон покрывают специальной ламинированной плёнкой. Частица «КА» произошла от первого слога Казань, указывающая на место производства и реализации товаров;

- кроме того, доказательством уникальности, отличия производства и отсутствие факта «копирования» деловой репутации лица, подавшего возражение, правообладателем является отличия построения бизнес-процессов;

- часть товаров 17 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован товарный знак правообладателя (Материалы для конопачения; Материалы изоляционные; Материалы изоляционные огнеупорные; Пленки пластмассовые, за исключением используемых для упаковки; Пленки пластмассовые для сельскохозяйственных целей; Уплотнения водонепроницаемые), не является однородной части товаров, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак, то есть сравниваемые товары имеют разное назначение, сферу применения и круг потребителей;

- у правообладателя оспариваемой регистрации не совпадают условия сбыта товара, а так же круг потребителей товаров с условиями сбыта товара и кругом потребителей лица, подавшего возражение.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.06.2024 и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №829203.

С отзывом были представлены следующие материалы:

26. Ходатайство об истребовании у ООО «Агротема А» технических условий, сертификатов, паспорта качества, декларации соответствия, книги продаж за рассматриваемый период;

27. Копия технических условий от 13.11.2017;

28. Копия технических условий от 2021 года;

29. Копия книги продаж за период с 2016 года по 2024 годы;

30. Копия листа записи из ЕГРЮЛ (ОГРН) ООО «ПК Тарпика».

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

С учетом даты приоритета товарного знака (14.01.2021) правовая база для рассмотрения заявления включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. №482 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в настоящем пункте, допускается только с согласия правообладателя.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

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

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том

случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №829203 представляет собой комбинированное обозначение «ТАРПИКА», состоящее из изобразительного элемента в виде стилизованного щита, справа от которого расположен словесный элемент «ТАРПИКА», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 17, 22 и услуг 35 классов МКТУ.

Анализ товарного знака по свидетельству №829203 на предмет его соответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Противопоставленный товарный знак «ТАРПИКС» по свидетельству №464256 [1] является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 17 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак «ТЕНТЫ ТАРПИКС» по свидетельству №1030310 [2] является комбинированным, состоящим из стилизованного изображения палатки, под которым расположены словесные элементы «ТЕНТЫ ТАРПИКС», выполненные стандартным шрифтом буквами русского алфавита в две строки. Правовая охрана знаку предоставлена в черном, зеленом, белом цветовом сочетании, в отношении товаров 16, 17, 19, 22 классов МКТУ.

Коллегия отмечает, что противопоставленный товарный знак [2] имеет более позднюю дату приоритета (19.10.2023), чем оспариваемый товарный знак (14.01.2021), в связи с чем, не может быть противопоставлен в рамках требований пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака [1] показал следующее.

При проведении сопоставительного анализа товарных знаков коллегией было установлено, что в оспариваемом товарном знаке основным, «сильным»

элементом, по которому знаки (и, как следствие, товары и их производители) идентифицируются потребителем, является словесный элемент «ТАРПИКА». Данный факт обусловлен тем, что указанный словесный элемент является наиболее запоминаемым, поскольку при восприятии потребителем комбинированных обозначений, состоящих из изобразительного и словесного элементов, его внимание, как правило, акцентируется на словесном элементе, так как словесный элемент легче запоминается.

Таким образом, анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака [1] показал, что обозначения включают в себя фонетически сходные словесные элементы «ТАРПИКА»/«ТАРПИКС».

Так, фонетическое сходство обусловлено полным совпадением первых шести букв «ТАРПИК-»/«ТАРПИК-», при этом отличие в последних буквах «-А»/«-С» не играет существенной роли, поскольку в сравниваемых словесных элементах практически полностью совпадает звукоряд.

Что касается семантического фактора сходства, следует отметить следующее.

Анализ словарно-справочных источников показал, что словесный элемент «ТАРПИКА» оспариваемого товарного знака и словесный элемент «ТАРПИКС» противопоставленного товарного знака [1] отсутствуют в специальных общедоступных словарно-справочных источниках, следовательно, оспариваемое обозначение и противопоставленный товарный знак [1] являются фантазийными, в виду чего, говорить о наличии конкретной семантики у данных обозначений, не прибегая при этом к рассуждениям и домысливанию при их восприятии, не представляется возможным.

Указанное не позволяет провести оценку по семантическому фактору сходства словесных обозначений.

Графическое отличие сопоставляемых обозначений не оказывает существенного влияния на вывод об их сходстве, поскольку графическая проработка оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака [1] не снимает высокой степени фонетического сходства их словесных составляющих, которое определяет запоминание знаков потребителями.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

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

Анализ однородности товаров 17, 22 и услуг 35 классов МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарному знаку по свидетельству №829203 и товаров 17 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], показал следующее.

Согласно информации, из сети Интернет, например, <https://rosspolimer.ru/priroda>, <https://www.agrotema.ru/articles/>, пленки пластмассовые это тонкие полимерные листы, которые используются в различных отраслях промышленности и народного хозяйства. Они могут быть изготовлены из полиэтилена, полипропилена, поливинилхлорида, поликарбоната и других полимеров. Полиэтиленовая пленка – это востребованный материал, который находит широкое применение в самых разных областях. Основные направления, где активно используют пленку – это строительство, садоводство и упаковка. Широкий спектр применения пленки обусловлен ее характеристиками – она прочная, эластичная, стойкая к воздействию воды, пыли и ультрафиолетовому излучению (при добавлении УФ-стабилизаторов).

Также, согласно информации из различных источников, например, <https://tk-konstruktor.ru/>, изделия из полимерных материалов могут быть альтернативой натуральным материалам для конопачения. По сравнению с джутом или паклей синтетические полимеры относительно дешевы и просты в использовании. Наиболее востребованными является пенополиэтилен. Уплотнительный шнур из этого материала демонстрирует малую теплопроводность. Как вариант, можно использовать пенополиуретан, который помимо теплоизоляции обеспечивает звукоизоляцию. Также этот материал считается экологичным и не подвержен гниению. Пенополиэтилен идеален для заделывания щелей в срубе, поскольку обладает мягкостью, упругостью,

эластичностью и легкостью. После обработки пенополиэтиленом сруб отличается тепло- и пароизоляционными свойствами, не поддается атмосферным колебаниям, не гниет.

Таким образом, товары 17 класса МКТУ «материалы для конопачения; материалы изоляционные; материалы изоляционные огнеупорные; пленки пластмассовые, за исключением используемых для упаковки; уплотнения водонепроницаемые» оспариваемого товарного знака, относящиеся к различным видам гидроизоляционных, теплоизоляционных и иных изоляционных и уплотнительных материалов, являются однородными товарам 17 класса МКТУ «пленки пластмассовые (за исключением используемых для упаковки)» противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к одному виду товаров, соотносятся как род/вид, имеют одно назначение и круг потребителей, могут быть использованы в одних и тех же областях хозяйственной деятельности, являются взаимодополняемыми.

Кроме того, согласно сайту http://www.polustd.ru/book/polietilen_cx.php, пленка полиэтиленовая благодаря таким своим свойствам, как прозрачность, водонепроницаемость, эластичность, способность удерживать тепло, широко применяется в сельском хозяйстве в следующих целях: покрытие теплиц, парников; пропаривание грунта, мульчирование почвы; дражирование семян; упаковка продукции сельского хозяйства; гидроизоляция овощехранилищ, зернохранилищ, хранилищ силоса; предотвращение потери воды на фильтрацию из оросительных каналов и водоемов.

В связи с чем товары 17 класса МКТУ «пленки пластмассовые для сельскохозяйственных целей» оспариваемого товарного знака являются однородными с товарами 17 класса МКТУ «пленки пластмассовые (за исключением используемых для упаковки)» противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к одному виду товаров (к защитным, теплоизоляционным и укрывным материалам), соотносятся как род/вид, имеют одно назначение и круг потребителей.

Также, коллегия отмечает, что плёнки пластмассовые широко используются в производстве тентов, палаток, навесов и чехлов. Они используются в качестве основного материала для изготовления этих изделий.

Так, согласно информации из сети Интернет (<https://ttex.ru> > catalog > pvkh_plenka_dlya_prozrachn; <https://tent-chehol.com>; <https://www.tentsnab.ru>) для окон палаток и тентов идеально подходит прозрачная пленка толщиной 0,5 мм или 0,65 мм. Это гибкий, легкий, прочный материал, обладает повышенной прозрачностью. Качественная ПВХ пленка устойчива к УФ-лучам, не мутнеет со временем. одной из основных, важных, ответственных составляющих в тентовых конструкциях является пленка ПВХ (прозрачная оконная вставка, гибкое, мягкое стекло); главное достоинство пленки ПВХ заключается в идеальной прозрачности ее полотна и повышенной жесткости и прочности при одновременном сохранении собственной эластичности. Благодаря этому пленка находит широчайшее применение в тентовых конструкциях (тентах), в «окнах» беседок, шатров, веранд, палатках и других укрытиях.

Таким образом, товары 22 класса МКТУ «брезент, палатки, навесы; тенты из синтетических материалов; тенты из текстильных материалов; чехлы для транспортных средств безразмерные; чехлы защитные от пыли; чехлы камуфляжные» оспариваемого товарного знака являются однородными с товарами 17 класса МКТУ «пленки пластмассовые (за исключением используемых для упаковки)» противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к одному виду товаров (к защитным, теплоизоляционным материалам), соотносятся как род/вид, имеют одно назначение и круг потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ «услуги по оптовой или розничной продаже товаров 17 и 22 классов МКТУ» оспариваемого товарного знака являются однородными товарам 17 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], признаны однородными товарам, поскольку данные услуги по продаже товаров, содержат уточнения по ассортименту реализуемых товаров, в виду чего, в данном случае услуги 35 класса МКТУ непосредственно направлены на товары 17 и 22 классов МКТУ, содержащиеся в перечне оспариваемой регистрации, в связи с чем они признаются однородными между собой. По мнению коллегии, сравниваемые виды товаров и услуг могут исходить от одного лица и производиться / оказываться в отношении одного круга потребителей.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №829203 противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, следует признать убедительным.

При этом коллегия сообщает, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №829203 предоставлена также в отношении общих позиций услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; оформление витрин; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная», в связи с чем, данные услуги не могут быть признаны однородными с товарами 17 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1].

Таким образом, оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения, с указанным выше противопоставленным товарным знаком [1], в отношении однородных товаров 17, 22 и, указанных выше, услуг 35 классов МКТУ.

В отношении довода правообладателя, о том, что области деятельности и правообладателей сравниваемых оспариваемого и противопоставленного товарного знака [1] различаются, коллегия указывает, что анализу однородности товаров и услуг подлежат перечни рассматриваемых обозначений, а не деятельность правообладателей анализируемых товарных знаков на рынке товаров и услуг, в связи с чем данный довод не может быть принят коллегией во внимание.

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

удовлетворить возражение, поступившее 26.06.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №829203 недействительным в отношении товаров 17, 22 классов МКТУ и услуг 35 класса МКТУ «услуги по оптовой или розничной продаже товаров 17 и 22 классов МКТУ».