


**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 30.04.2020 номер 644/2021, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за номером 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 03.04.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ОРИГАМИ», Республика Башкортостан, город Уфа (далее – заявитель), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №706036, при этом установила следующее.

Оспариваемый комбинированный товарный знак

«» по заявке №2018741216 с приоритетом от 25.09.2018 зарегистрирован 28.03.2019 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №706036 в отношении товаров 06 и услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя Индивидуального предпринимателя Исаченко Евгения Алексеевича, 662311, Красноярский край, г.Шарыпово, ул. Сиреневая, 6 (далее - правообладатель).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 03.04.2024 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №706036 ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, оспариваемая регистрация была произведена в нарушение требований пунктов 6 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему. Лицу, подавшему возражение, принадлежат права на товарный знак «**ИДЕЯ**» по свидетельству №174335, зарегистрированный, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ. Указанные товарные знаки, по мнению лица, подавшего возражение, являются сходными до степени смешения.

Отмечается, что словесный элемент «ПЛЮС» оспариваемого знака является слабым, поэтому при оценке сходства должно учитываться сходство сильных элементов.

В возражении также указано, что оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг» были однородны услугам «аренда площадей для размещения рекламы; размещение и расклейка афиш (вне помещений); оформление витрин; выпуск рекламных материалов; организация выставок для коммерческих или рекламных целей; демонстрация товаров; изучение рынка; распространение рекламных объявлений; почтовая рассылка рекламных материалов (проспектов, брошюр и т.д.), прокат рекламных материалов; публикация рекламных материалов; реклама телевизионная; составление рекламных полос в печатных изданиях рекламной хроники; рекламные агентства» противопоставленного знака.

Кроме того оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 706036 недействительным.

Правообладатель представил отзыв по мотивам возражения. Доводы отзыва сводятся к следующему.

Сравниваемые обозначения единственное слово «ИДЕЯ» и комбинированное обозначение в ином цветном выполнении «ИДЕЯПЛЮС» не ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельное сходство част элемента в одном слове, что не приводит к смешению данных товарных знаков. Правообладатель отмечает визуальные, цветовые и композиционные отличия сравниваемых знаков.

Кроме того правообладатель полагает сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ неоднородными друг другу.

С учетом изложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №706036 и оставить его правовую охрану в силе.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (25.09.2018) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на

государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации;

2) товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет;

3) товарными знаками других лиц, признанными в установленном порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров с даты более ранней, чем приоритет заявленного обозначения.

Согласно пункту 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 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

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

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

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение

значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с Кодексом

средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.



Оспариваемый комбинированный товарный знак состоит из словесного элемента «ИДЕЯПЛЮС», выполненного крупным шрифтом буквами русского алфавита, а также из изображения прямоугольника.

« **ИДЕЯ** » [2]

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 174335 с приоритетом от 17.09.1996 является словесным, выполнен буквами русского алфавита. Правовая охрана действует в отношении товаров 16 и услуг 35 классов МКТУ. Дата истечения срока действия: 17.09.2026.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству № 706036 и противопоставленного товарного знака показал следующее.

Оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное обозначение. В комбинированных обозначениях, как правило, словесные элементы выполняют индивидуализирующую функцию, так как именно с них начинается восприятие обозначения, они легче запоминаются, чем изобразительные, и подлежат воспроизведению.

В оспариваемом товарном знаке присутствуют словесные элементы «ИДЕЯ» и «ПЛЮС», которые разделены цветами заливки букв, хотя и слова написаны слитно.

Противопоставленный товарный знак [2] состоит исключительно из словесного элемента «ИДЕЯ».

Вхождение противопоставленного товарного знака [2] «ИДЕЯ» в состав оспариваемого товарного знака позволяет сделать вывод о фонетическом и семантическом сходстве оспариваемого и противопоставленного товарных знаков.

С точки зрения смыслового восприятия дополнительный словесный элемент «ПЛЮС» оспариваемого товарного знака не добавляет дополнительные ассоциации к слову «ИДЕЯ». В частности, слово «ПЛЮС» ориентирует потребителя относительно увеличенного масштаба основного слова, его дополнительного объема, не изменяя качество его восприятия. Следовательно, значение словесного элемента «ИДЕЯ» в оспариваемом и противопоставленных товарных знаках остается неизменным и воспринимается как «мысль, замысел, намерение, план» (<https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D1%8F>). Таким образом, сравниваемые товарные знаки ассоциируются друг с другом, поскольку производят близкое смысловое восприятие, связанное с каким-либо замыслом или намерением.

С точки зрения визуального признака, имеют место некоторые графические различия в выполнении сравниваемых обозначений за счет дополнительных элементов. Однако роль визуального критерия не может быть признана определяющей, поскольку превалирует, в данном случае, фонетическое и смысловое тождество доминирующего словесного элемента оспариваемого и противопоставленного товарного знака [2], которое обеспечивает ассоциирование друг с другом сравниваемых обозначений.

Анализ однородности услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечнях сравниваемых товарных знаков, показал следующее.

Услуги 35 класса МКТУ *“аренда площадей для размещения рекламы; размещение и расклейка афиш (вне помещений); оформление витрин; выпуск рекламных материалов; организация выставок для коммерческих или рекламных целей; демонстрация товаров; изучение рынка; распространение рекламных*

*объявлений; почтовая рассылка рекламных материалов (проспектов, брошюр и т.д.), прокат рекламных материалов; публикация рекламных материалов; реклама телевизионная; составление рекламных полос в печатных изданиях рекламной хроники; рекламные агентства”* противопоставленного товарного знака [2] представляют собой услуги продвижения и продажи товаров.

При этом в соответствии с пунктом 1 статьи 494 Кодекса выставление в месте продажи (на прилавках, в витринах и т.п.) товаров, демонстрация их образцов или предоставление сведений о продаваемых товарах (описаний, каталогов, фотоснимков товаров и т.п.) в месте их продажи признается публичной офертой независимо от того, указаны ли цена и другие существенные условия договора розничной купли-продажи, за исключением случая, когда продавец явно определил, что соответствующие товары не предназначены для продажи.

Услуге «*демонстрация товаров*» однородны услуги оспариваемого товарного знака, связанным с реализацией товаров, поскольку они имеют сходную направленность «предложение продукции покупателям» и цель «доведение товара до потребителя», услуги розничной торговли традиционно сопряжены с демонстрацией товаров. Так, под демонстрацией товаров понимается торгово-технологический процесс, при котором покупателю предоставляется доступ к товару для доведения наглядным способом информации о его потребительских свойствах различными способами, включая визуальное ознакомление с товаром или возможность тактильной оценки товара, или одорологическая оценка товара, или вкусовая оценка товара (дегустация), или демонстрация работ, или испытание товара в действии (пункт 124а ГОСТ Р 51303-2013 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения», утвержденного приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28.08.2013 № 582-ст).

Оспариваемую услугу «*информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг*» следует признать относящейся к услугам, направленным непосредственно на реализацию товаров, так как предоставление



советов и информации имеет своей единственной целью увеличение узнаваемости товара среди потребителей, помощь в их выборе и доведении информации с целью продажи товара. Такие услуги непосредственно сопутствуют процессу продвижения и продажи товаров, являются неотделимыми от него и отвечают тем же самым целям.

Изложенное свидетельствует о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех услуг 35 класса МКТУ.

Товары 06 класса МКТУ «блоки оконные» оспариваемого товарного знака не могут быть признаны однородными услугам продвижения и продажи товаров противопоставленного знака, так как последние услуги не уточнены по назначению. Кроме того товары 06 класса МКТУ оспариваемого знака не являются однородными товарам 16 класса МКТУ противопоставленного знака. Таким образом, отсутствуют основания признания оспариваемого товарного знака несоответствующим требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении товаров 06 класса МКТУ.

Относительно мотива возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса необходимо обратить внимание на то, что данная норма права подлежит применению, в частности, когда сравниваемые средства индивидуализации не являются сходными друг с другом в целом с учетом несходства доминирующих в них элементов, но при этом один знак включает в свой состав не доминирующий элемент, который является тождественным или сходным с противопоставленным средством индивидуализации другого лица.

Однако в рамках рассмотрения настоящего возражения коллегией было установлено, что оспариваемый и противопоставленный товарный знак [2], напротив, являются сходными друг с другом в целом. Исходя из данного обстоятельства, вышеуказанная норма права не подлежит применению.

Таким образом, отсутствуют какие-либо основания для признания оспариваемого товарного знака не соответствующим требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса. Данный вывод Роспатента был признан правомерным в рамках решения Суда по интеллектуальным правам от 21.10.2021 по делу № СИП-40/2021.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 03.04.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №706036 недействительным в отношении всех услуг 35 класса МКТУ.**