

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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 02.08.2021, поданное АО «Технологическая компания «Центр», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020714951, при этом установила следующее.

СЧАСТЛИВАЯ ТОЧКА

Обозначение « » по заявке №2020714951 с приоритетом от 24.03.2020 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 09, 16, 28, 35, 41 классов МКТУ.

Роспатентом 28.04.2021 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020714951 в отношении заявленных товаров и услуг 09, 16, 28, 41 классов МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении услуг 35 класса МКТУ на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку оно сходно до степени



смешения с комбинированным товарным знаком «**Точка счастья**», содержащим словесный элемент «точка счастья», зарегистрированным на имя Общество с ограниченной ответственностью "НВМ Бизнес Консалтинг", 129515, Москва, ул. Академика Королева, 13, стр. 1 (св-во № 502980, приоритет 05.12.12), для однородных услуг 35 класса МКТУ.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 02.08.2021 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение является словосочетанием из двух слов в отличие от противопоставленного товарного знака, содержащего одно слово «точка счастья»; в сравниваемых обозначениях не совпадет ни количество звуков, ни количество букв; одинаковые звуки находятся в разных местах обозначений: начальные звуки

словесного обозначения «**СЧАСТЛИВАЯ ТОЧКА**» находятся в конце слова «точка счастья», и наоборот, начальные звуки в слове «точка счастья» стоят в конце

словесного обозначения «**СЧАСТЛИВАЯ ТОЧКА**»;

- оба сравниваемых обозначения выполнены буквами русского алфавита, но разного цвета, шрифта и графического отображения (заглавные и строчные), следовательно, по графическому признаку сравниваемые обозначения не являются сходными до степени смешения;

- заявленное словесное обозначение представляет собой словосочетание, которое, исходя из толкований входящих в него слов, можно определить как «пункт, место, где совершаются удачные покупки», словесный элемент «точка счастья» противопоставленного товарного знака сам по себе может восприниматься потребителями либо как фантазийное, не обладающее семантикой, либо как название эндокринной железы;

- таким образом, семантически сравниваемые словесные элементы не характеризуются подобием заложенных в них понятий и идей;
- правообладатель противопоставленного товарного знака имеет серию

товарных знаков «  HAPPYGRAMMA », «  happytochka », «  HAPPYKARTA »,

«  ТОЧКАСЧАСТЬЯ » по свидетельствам №№514351, 511039, 514281, 502980,

объединенных именно изобразительным элементом «  »;

- вышеуказанные товарные знаки не используются в гражданском обороте;
- заявитель является крупнейшим распространителем лотерей в Российской Федерации с июня 2013 года на основании договоров с операторами лотерей ООО «Спортлото» и АО «ГСП»;
- отсутствие сходства до степени смешения сравниваемых обозначений, факт использования заявителем заявленного обозначения при распространении лотерей и отсутствие сведений об использовании противопоставленного товарного знака, а также наличие у правообладателя противопоставленного товарного знака серии товарных знаков, объединенных изобразительным элементом (а не словесным), свидетельствует об отсутствии вероятности смешения сопоставляемых обозначений в гражданском обороте.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг.

На заседании коллегии, состоявшемся 15.09.2021, заявитель ходатайствовал о переносе заседания коллегии на более поздний срок для получения от правообладателя противопоставленной регистрации письма-согласия. Коллегия, рассмотрев ходатайство, отказала в его удовлетворении, поскольку вероятность наступления каких-либо событий не может являться причиной переноса рассмотрения дел в административном порядке. Кроме того, заявитель мог заблаговременно предпринять попытки для устранения препятствий к регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (24.03.2020) поступления заявки №2020714951 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 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.

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.

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

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2020714951 заявлено

обозначение «**СЧАСТЛИВАЯ ТОЧКА**», содержащее словесные элементы «СЧАСТЛИВАЯ ТОЧКА», выполненные заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом красным цветом.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №502980 представляет



собой комбинированное обозначение «**точка счастья**», содержащее изобразительный элемент в виде круга с цветными полосами, под которым расположен словесный элемент «точка счастья», выполненный строчными буквами русского алфавита стандартным шрифтом.

Следует отметить, что в противопоставленном обозначении основным индивидуализирующим элементом является словесный элемент «точка счастья», поскольку именно на нем акцентируется внимание потребителя и он запоминается в первую очередь. Словесный элемент «точка счастья» исполнен слитно, однако, графическое его выполнение позволяет утверждать, что он состоит из двух распространенных словесных элементов «точка» «счастья», имеющих самостоятельные семантические значения.

Сравнительный анализ заявленного товарного знака и противопоставленного товарного знака показал, что они являются фонетически сходными за счет полного фонетического вхождения словесного элемента «ТОЧКА» заявленного обозначения в состав противопоставленного товарного знака «точка счастья». Словесный элемент «СЧАСТЛИВАЯ» заявленного обозначения фонетически созвучен со словесным элементом «СЧАСТЬЯ» противопоставленного товарного знака, поскольку данные слова являются однокоренными, имеющими корень «СЧАСТ».

Семантически сравниваемые словесные элементы «СЧАСТЛИВАЯ ТОЧКА» и «точка счастья» являются сходными, так как в них заложено подобие заложенных идей, связанных с неким понятием, относящимся к точке счастья.

Сопоставляемые словесные элементы образованы от слова «Счастье», означающего «состояние человека, которое соответствует наибольшей внутренней удовлетворённости условиями своего бытия, полноте и осмысленности жизни, осуществлению своего человеческого призвания, самореализации».

Слово «Точка» - геометрический абстрактный объект, не имеющий никаких измеримых характеристик, кроме координат (<https://ru.wikipedia.org/>).

Словесные элементы сопоставляемых знаков выполнены буквами одного русского алфавита, что обуславливает их графическое сходство.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что, сравниваемые обозначения имеют высокую степень фонетического, семантического и графического сходства, а также ассоциируются друг с другом в целом.

Анализ однородности заявленных услуг 35 класса МКТУ «ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; 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 торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; 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 места для

онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; управление потребительской лояльностью; услуги по исследованию рынка; экспертиза деловая» и услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; деловая экспертиза; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; 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; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов;

поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультационные по управлению бизнесом; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по переезду предприятий; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования» противопоставленного товарного знака показал, что они являются однородными, так как соотносятся как род/вид, имеют одинаковые условия реализации и круг потребителей.

Однородность услуг заявителем в возражении не оспаривается.

В этой связи при восприятии сопоставляемых обозначений у потребителя могут возникнуть ассоциации об их принадлежности одному и тому производителю, что приведет к дезориентации потребителей на рынке услуг. Данная позиция коррелируется с пунктом 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10.

Мнение заявителя о том, что на рынке услуг сопоставляемые обозначения не будут пересекаться ввиду различной деятельности заявителя по заявке №2020714951 и правообладателя противопоставленного знака по свидетельству №502980 является неубедительным, поскольку анализу однородности услуг подвергаются перечни услуг, указанные в сопоставляемых обозначениях.

Учитывая изложенное, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак являются сходными до степени смешения в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, что не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 02.08.2021 и оставить в силе решение Роспатента от 28.04.2021.