

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 04.05.2026 возражение, поданное Афанасьевым Антоном Михайловичем (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024842015, при этом установила следующее.

Комбинированное обозначение «» по заявке №2024842015 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 17.12.2024 на имя заявителя для индивидуализации услуг 35, 44 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 27.02.2026 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров. Препятствием для регистрации товарного знака послужил вывод о его несоответствии требованиям, предусмотренным пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками иных лиц с более ранним приоритетом, а именно:

- с товарным знаком «Botanl» [1] (свидетельство №923414 с приоритетом от 05.06.2020), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ на имя Аделинк Лимитед, 66 Кириакоу Матси, Егкоми, 2409, Никосия, Кипр;

- с товарным знаком «Ботаник» [2] (свидетельство №717877 с приоритетом от 16.11.2018), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ на имя Ключевой Ларисы Викторовны, 121309, Москва, ул. Б. Филёвская, 13-225;



- с товарным знаком «Botanical» [3] (свидетельство №421579 с приоритетом от 02.09.2008, срок действия регистрации продлен до 02.09.2028), зарегистрированным в отношении однородных услуг 44 класса МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью "ШЕЛКО", 107140, Москва, Большой Краснопрудный тупик, д. 8/12, эт. 0, помещение 2, комната 6, офис 3.

С учетом вышеизложенного, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве знака обслуживания в отношении заявленных услуг 35, 44 классов МКТУ на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении заявитель выразил несогласие с решением Роспатента, обосновав свою позицию отсутствием сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками ввиду имеющих, по его мнению, фонетических, семантических и графических отличий сравниваемых обозначений и отсутствием однородности сравниваемых услуг.

Заявитель указывает на то, что между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками имеются существенные фонетические различия, в т.ч. разный состав и количество букв, разные ударения, разное количество слогов, что сильно влияет на произношение и звуковое восприятие слов: в товарном знаке [1] №923414 используется одно слово «Botanl», читается как «бэтэнл», выделяется сложная для восприятия часть «-нл», слово состоит из двух слогов, в товарном знаке [2] №717877 используется одно слово «Ботаник», ударение падает на

второй слог, слово состоит из трех слогов, в товарном знаке [3] №421579 используется одно слово «Botanical», читается как «бэтэникл», при звучании выделяется труднопроизносимая часть «кл», слово состоит из четырех слогов, в то время как в заявленном обозначении используется одно слово «Botanicum», читается как «бэтэникум», при звучании выделяется часть «кум», особенно труднопроизносимая «т», слово состоит из четырех слогов. Также потребители могут прочесть название как «Би тэникум», не воспринимая графический элемент в виде «листка», как латинскую букву «о».

Также заявитель отмечает, что между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками имеются существенные графические различия, которые обусловлены существенными различиями в написании слов, разным составом и количеством букв в сравниваемых обозначениях, различиями в стилях написания слов, различиями в графических элементах, цветах и в оформлении в целом: товарный знак [1] №923414 является комбинированным знаком – включает стилизованную надпись «Botanl» и графическую часть справа от надписи в виде листка какого-то растения в минималистичном стиле в черном цвете, товарный знак [2] №717877 является словесным знаком и содержит только одно слово «Ботаник», выполненное стандартным шрифтом, буквами русского алфавита, товарный знак [3] №421579 является комбинированным знаком – включает стилизованное под рукописное написание слово «Botanical», выполненное в красных тонах буквами латинского алфавита и с наклоном вправо, а также графическую часть слева от надписи, выполненную зеленым цветом слитно с заглавной латинской буквой «В», представляющую собой половинку листка растения, в то время как заявленное обозначение является комбинированным знаком – включает стилизованную надпись «BOTANICUM», выполненную оригинальным шрифтом, стилизованным под небрежно исполненный кистью, имеющим изогнутые линии, создающим эффект естественности и органичности, и графическую часть в виде стилизованного изображения листка растения вместо буквы «О».

Заявитель отмечает, что между заявленным обозначением и противопоставленными знаками имеются существенные семантические различия,

учитывая то, что заявленное обозначение не имеет перевода и при этом имеет оригинальное графическое оформление, что в целом создает запоминающийся образ, который потребитель будет связывать именно с заявителем и его услугами: заявленное обозначение выглядит научно и вызовет ассоциации с особыми местами или институтами, само слово вымышленное и не имеет перевода, но внешний вид знака говорит о чем-то таинственном и интересном, связанным со знаниями о растениях, при этом в товарном знаке [1] №923414 отсутствуют любые устоявшиеся ассоциации ввиду полного отсутствия какого-либо известного смысла или значения в слове «Botanl», в товарном знаке [2] №717877 ассоциации у потребителя будут связаны с определенной профессией или сферой деятельности, связанной с изучением растений или же с разговорным употреблением слова «ботаник», как с учеником, который учится на «отлично», то есть ассоциация может быть связана с товарами или услугами для учащихся в школе, в товарном знаке [3] №421579 у потребителя возникнут ассоциации с предметами или материалами, относящимися к растениям, но не к самой профессии или лицу, так как слово «Botanical» английское прилагательное и имеет конкретный перевод – «ботанический».

Относительно однородности сравниваемых услуг заявитель полагает, что между заявленным обозначением и противопоставленными знаками имеются различия как по сочетанию классов МКТУ, так и по составу товаров и услуг, поэтому в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в любом случае не может быть отказано по всем позициям заявленных услуг 35 и 44 класса МКТУ.

Исходя из вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 27.02.2026 и зарегистрировать в качестве товарного знака обозначение по заявке №2024842015 для всех заявленных услуг 35, 44 классов МКТУ.

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

С учетом даты (17.12.2024) поступления заявки №2024842015 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически

значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями подпункта 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с положениями пункта 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 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположения близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений;

близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в 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.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 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).

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака для индивидуализации

услуг 35, 44 классов МКТУ обозначение «» по заявке №2024842015 с приоритетом от 17.12.2024 является комбинированным, включает словесный элемент «BOTANICUM», выполненный оригинальным шрифтом, и изобразительный элемент в виде стилизованного изображения листка растения вместо буквы «О».

Отказ в государственной регистрации в качестве товарного знака обозначения

«» по заявке №2024842015 основан на выводе о несоответствии этого обозначения требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием сходства до степени смешения в отношении однородных товаров между этим обозначением и противопоставленными товарными знаками с более ранним приоритетом «BotanIQ» [1] (свидетельство №923414 с приоритетом от 05.06.2020), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ,

«Ботаник» [2] (свидетельство №717877 с приоритетом от 16.11.2018), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ,

«» [3] (свидетельство №421579 с приоритетом от 02.09.2008, срок действия регистрации продлен до 02.09.2028), зарегистрированным в отношении однородных услуг 44 класса МКТУ.

При обращении к материалам возражения коллегией было учтено, что в противопоставленном товарном знаке [3] по свидетельству №421579 словесный элемент «Botanical» является неохраняемым элементом, в связи с чем данный товарный знак не препятствует регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

Необходимо отметить, что при сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. 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. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Заявленное комбинированное обозначение «» включает в свой состав выполненное в оригинальном графическом исполнении словесное обозначение «BOTANICUM» (как указывает сам заявитель), в котором буквы «В» и «TANICUM» выполнены буквами латинского алфавита, буква «О» выполнена в виде стилизованного изображения листа.

В свою очередь в состав противопоставленного комбинированного товарного знака «BotanIQ» [1] (свидетельство №923414) входит словесный элемент «BotanIQ», в котором буква «Q» выполнена в виде стилизованного изображения

листа, а противопоставленный словесный товарный знак «**Ботаник**» [2] (свидетельство №717877) представляет собой слово «Ботаник».

Следует констатировать, что сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №923414 [1], №717877 [2] обусловлено фонетическим сходством входящих в их состав или составляющих их словесных элементов «BOTANICUM», «BotanIQ», «Ботаник», а именно наличием близких и совпадающих звуков и звукосочетаний в сравниваемых обозначениях, их расположением по отношению друг к другу, местом совпадающих звуков и звукосочетаний в составе обозначений: сравниваемые обозначения включают в состав совпадающие звукосочетания «BOTANIC» – «BotanIQ», «Ботаник» в начале обозначений, при этом, с учетом общего зрительного восприятия заявленного обозначения, графический элемент в виде стилизованного изображения листа, будет восприниматься потребителем, как буква «О», с учетом округлой формы изображения и расположения данного изобразительного элемента между буквами «В» и «TANIC», которые являются совпадающим звуком в начале сравниваемых обозначений и совпадающим звукосочетанием в середине заявленного обозначения и конце противопоставленных обозначений.

Кроме того, анализ заявленного обозначения показал, что слово «BOTANICUM» имеет значение в латинском языке – в переводе на русский язык «гербарий, травник»¹, при этом слово «Ботаник», составляющее противопоставленный товарный знак [2] по свидетельству №717877, является лексической единицей русского языка, имеет значение – специалист по ботанике (наука о растениях)², что обуславливает семантическое сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [2] по свидетельству №717877 ввиду подобия заложенных в обозначения понятий (идей).

Заявленное обозначение имеет ряд визуальных отличий от противопоставлений [1], [2], однако, как известно, основную индивидуализирующую функцию в

¹ Латинско-русский словарь. 2003, https://dic.academic.ru/dic.nsf/latin_rus/5268.

² Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/14838>, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/14842>.

комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем.

Изложенные обстоятельства обуславливают вывод о сходстве заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия, за счет наличия в заявленном обозначении и противопоставленном товарном знаке [1] по свидетельству №923414 фонетически сходных словесных элементов и за счет наличия в заявленном обозначении и противопоставленном товарном знаке [2] по свидетельству №717877 фонетически и семантически сходных словесных элементов.

В части анализа однородности услуг заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] следует отметить, что услуги 35 класса МКТУ *«продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей, продвижение продаж для третьих лиц, реклама»*, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак [1] по свидетельству №923414, и услуги 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; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; 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 связях с общественностью; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; 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; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш / реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; 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 консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по

составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные <оплата за клик> / услуги PPC; 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; экспертиза деловая; продажа оптовая и розничная товаров, в том числе через Интернет», в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак [2] по свидетельству №717877, являются однородными услугам 35 класса МКТУ «ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; маркетинг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация торговых ярмарок; оформление витрин; поиск клиентов для третьих лиц; 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; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; распространение образцов; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги коммерческого посредничества; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи

товаров с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов», в отношении которых заявлено на регистрацию обозначение по заявке №2024842015, поскольку они соотносятся по роду/виду, назначению, кругу потребителей и условиям реализации.

Таким образом, принимая во внимание установленное наличие сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] по свидетельствам №923414, №717877 при имеющейся высокой степени однородности услуг 35 класса МКТУ, для сопровождения которых они предназначены, коллегия пришла к выводу о возможности их смешения в гражданском обороте, что свидетельствует о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем коллегия отмечает, что поскольку словесный элемент «Botanical» товарного знака [3] по свидетельству №421579 является неохраняемым элементом, данный товарный знак не препятствует регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг 44 класса МКТУ в соответствии с положениями пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 04.05.2026, отменить решение Роспатента от 27.02.2026 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024842015.