


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 18.11.2025, поданное Индивидуальным предпринимателем Филипповым С.И., Оренбургский обл., г. Соль-Илецк (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №823921, при этом установлено следующее.



Регистрация товарного знака «» с приоритетом от 08.02.2021 по заявке №2021706114 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 11.08.2021 за № 823921 на имя Общества с ограниченной ответственностью «Абак», Санкт-Петербург (далее – правообладатель). Товарный знак зарегистрирован в отношении услуг 35 класса МКТУ.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 18.11.2025, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №823921 произведена с нарушением требований, установленных положениями пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак со словесным элементом «СТРОЙЛЭНД» является сходным до степени смешения с товарным знаком «СТРОЙЛАНДИЯ» по свидетельству №390335;

- при сравнении вышеуказанных обозначений было выявлено отсутствие звукового (фонетического) сходства в виду разного состава букв, звуков и разного произношения слов;

- анализ показал, что полностью совпадают 8 близкорасположенных букв (звуков), находящихся в преобладающей по размеру части обозначения: СТРОЙЛЭНД, полностью совпадает первый слог (корень) «СТРОЙ», близок по звучанию второй слог (корень) «ЛАНД/ЛЭНД», единый состав согласных «С, Т, Р, Й, Л, Н, Д», ударение падает на второй слог (корень), обозначение «СТРОЙЛЭНД» практически полностью входит в обозначение «СТРОЙЛАНДИЯ», звуки [а-э] обладают высокой степенью фонетического сходства;

- анализ сходства словесных обозначений «СТРОЙЛЭНД» и «СТРОЙЛАНДИЯ» показал, что звуки «С, Т, Р, О, Й, Л, Н, Д» являются фонетически тождественными и определяющими при звуковом восприятии сравниваемых обозначений, поскольку акцентируют внимание потребителей в первую очередь;

- наличие иной буквы «-Э-» (звука [э]) в середине слова обозначения «СТРОЙЛЭНД» и «-ИЯ» в конечной части слова «СТРОЙЛАНДИЯ» не приносят существенного фонетического отличия сравниваемым обозначениям;

- в связи с тем, что сравниваемые обозначения являются словесными, выполнены прописными буквами русского алфавита можно утверждать об их графическом сходстве до степени смешения, хотя в данном случае, критерий графического сходства имеет второстепенное значение;

- с точки зрения семантического сходства сравниваемые словесные обозначения «СТРОЙЛЭНД» и «СТРОЙЛАНДИЯ» не имеют словарного значения, являются фантазийными, однако они составлены сходным образом,

когда каждое слово можно разделить на два слова «СТРОЙ», «ЛЭНД» и «СТРОЙ», «ЛАНДИЯ»;

- таким образом, в словах «СТРОЙЛАНДИЯ» и «СТРОЙЛЭНД» заложены подобные понятия и идеи, вызывающие в сознании потребителей сходные ассоциации, что свидетельствует о семантическом сходстве сравниваемых обозначений;

- аналогичный подход к оценке обозначений, содержащих элементы, образованные от слова «land», прослеживается в практике Роспатента и в решениях Палаты по патентным спорам ФИПС, судебных решениях (решение от 20.11.2023 по заявке № 2023726695/33, принятое по результатам рассмотрения на заседании коллегии Палаты по патентным спорам возражения на решение о государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания) «PUPSILAND»; решение от 17.03.2010 по заявке № 2007721668, принятое по результатам рассмотрения на заседании коллегии Палаты по патентным спорам возражения на решение об отказе в государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания) «KINDER LANDIA ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ»; дело № А-47-3786/2013 о незаконном использовании товарного знака «СПОРТЛАНДИЯ», рассмотренное Судом по интеллектуальной собственности в качестве суда кассационной инстанции);

- фантазийность сравниваемых обозначений обуславливает превалирование фонетического критерия сходства, при этом наличие признаков сходства по семантическим и графическим признакам позволяет сделать однозначный вывод о сходстве до степени смешения обозначения «СТРОЙЛАНДИЯ» и «СТРОЙЛЭНД»;

- очевидно, что услуги в перечне товарного знака по свидетельству №823921 практически полностью идентичны перечню товарного знака по свидетельству №390335, они связаны исключительно с продвижением товаров (в широком смысле – как совокупность услуг, связанных с рекламой и торговлей);

- лицо, подавшее возражение, является заинтересованным лицом в подаче возражения, поскольку «СТРОЙЛАНДИЯ» - одна из крупнейших сетевых

компаний российского рынка строительных и отделочных материалов и товаров для дома в Поволжье и Центральной России, основана в 1996 г., г. Оренбург, сейчас компания имеет 39 филиалов в 31 городе России;

- товарный ассортимент магазинов «Стройландия» превышает 50 тысяч наименований различных материалов для стройки и ремонта: стройматериалов и оборудования, материалов для отделки и декора, лакокрасочных материалов, электроинструмента, напольных покрытий, товаров для ванной комнаты и многое другое;

- в составе компании работают несколько форматов: гипермаркеты, магазины у дома, в настоящее время в компании насчитывается более 30 гипермаркетов, два распределительных центра и штат свыше 2200 сотрудников, имеется сайт компании - <https://stroylandiya.ru>;

- Филиппов С.И. является основателем компании «Стройландия», в настоящий момент также является соучредителем компании ООО «Стройландия.ру» (доля 90%), непосредственно осуществляющей использование товарного знака «СТРОЙЛАНДИЯ»;

- вся деятельность компании «Стройландия» осуществляется под непосредственным контролем правообладателя товарных знаков;

- товарный знак «СТРОЙЛЭНД» по свидетельству № 823921 очевидно был зарегистрирован в целях использования для услуг торговли ручным инструментом, сантехническим оборудованием и т.п. (категория товаров «все для строительства и ремонта»), на что прямо указывает изобразительный элемент;

- таким образом, полностью совпадают сферы коммерческого использования сравниваемых товарных знаков, что в свою очередь неизбежно вызовет смешение в глазах потребителей и приведет к смешению их на рынке.

На основании вышеизложенного лицо, подавшее возражение, просит признать правовую охрану товарного знака по свидетельству №823921 недействительным полностью.

К возражению приложены следующие материалы:

- распечатки из сети интернет о компании «Стройландия» (1);

- выписка из ЕГРЭЛ на ООО «СТРОЙЛАНДИЯ.РУ» (2).

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, отзыв по мотивам возражения не представил и на заседаниях коллегии отсутствовал.

Изучив материалы дела, коллегия пришла к следующему выводу.

С учетом даты приоритета оспариваемого товарного знака (08.02.2021) правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный 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 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.

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.

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).

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Лицо, подавшее возражение, обладает исключительными правами на товарный знак «СТРОЙЛАНДИЯ» по свидетельству №390335, который, по его мнению, является сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком по свидетельству №823921 в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

Помимо прочего, из представленных документов (1, 2) лицо, подавшее возражение, является учредителем ООО «Стройландия.ру», которое также использует товарный знак под контролем правообладателя товарного знака (ИП Филиппова С.И.) в области строительной и ремонтной продукции.

Изложенное позволяет коллегии усмотреть заинтересованность лица, подавшего возражение, в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №823921 по основаниям, предусмотренным пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Оспариваемый товарный знак «» представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из вытянутого по горизонтали прямоугольника, в верхней части которого на синем фоне расположен словесный элемент «СТРОЙЛЭНД», выполненный заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом желтого цвета. Под словесным элементом на желтом фоне размещено стилизованное изображение различных инструментов, электроприборов, сантехники, заключенных в синие квадратики. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; распространение

образцов; реклама; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги продажи товаров, с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов».

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №390335 представляет собой словесное обозначение «СТРОЙЛАНДИЯ», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ.

При проведении сопоставительного анализа оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака было установлено следующее.

В оспариваемом товарном знаке словесный элемент «СТРОЙЛЭНД» в силу своего пространственного положения занимает доминирующее положение, в связи с чем акцентирует на себе внимание потребителей при восприятии обозначения в целом.

Сравнительный анализ показал, что, несмотря на то, что сопоставляемые словесные элементы «СТРОЙЛЭНД» и «СТРОЙЛАНДИЯ» анализируемых обозначений не являются лексическими единицами русского языка, они составлены сходным образом из слов «СТРОЙ» (начальная часть сложных слов, вносящая значение слова: строительный (стройматериалы, стройплощадка, стройтрест, стройбатальон и т.п.) и слов «ЛЭНД» (латинская транслитерация слова «LAND», которое в переводе с английского языка на русский язык означает: «страна, край, земля») и «ЛАНДИЯ» (образовано от немецкого слова «land» + ia (-ия). «ЛАНДИЯ» встречается в составе названий разных стран: Гренлândia, Лаплândia, Голлândia, Ирлândia, заимств. через нем. -land, которое было сближено с названиями стран – ия, Этимологический словарь русского языка. — М.: Прогресс. М. Р. Фасмер. 1964 - 1973., <https://dic.academic.ru/>). Таким образом, в словах «СТРОЙЛАНДИЯ» и «СТРОЙЛЭНД» заложены подобные понятия и идеи (строительный край, территория стройки, страна строителей и т.п.), вызывающие в сознании потребителей сходные ассоциации, что свидетельствует о семантическом сходстве сравниваемых обозначений. Совпадение смыслового значения первой части обозначения, а также схожее смысловое значение словесных элементов «ЛАНДИЯ» и «ЛЭНД» определяют сходство до степени смешения по семантическим признакам.

Кроме того, сравниваемые словесные элементы «СТРОЙЛЭНД» и «СТРОЙЛАНДИЯ» характеризуются совпадающими звуками, расположенными в одинаковой последовательности, при этом начальная часть слов полностью совпадает, а звуки [а-э] обладают высокой степенью фонетического сходства. Указанное позволяет говорить о фонетическом сходстве слов, отличие которых заключается в наличии фонем [ия] в конце слова «СТРОЙЛАНДИЯ». Вместе с тем данное отличие при совпадении остальных звуков, составляющих сравниваемые слова, не может влиять на общий вывод о фонетическом сходстве, поскольку не играет существенной роли при произношении.

Графически словесные элементы следует признать сходными, поскольку они выполнены заглавными буквами русского алфавита. Однако ввиду того, что противопоставленный товарный знак «СТРОЙЛАНДИЯ» является словесным и выполнен без каких-либо графических особенностей, графический критерий сходства носит второстепенный характер.

Таким образом, оспариваемый товарный знак и противопоставленный товарный знак по свидетельству №390335 являются сходными в целом, несмотря на некоторые отличия.

Вероятность смешения спорного обозначения и противопоставленного товарного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

Сопоставительный анализ услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых лицо, подавшее возражение, просит признать правовую охрану товарного знака по свидетельству №823921 недействительной, и услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне противопоставленного товарного знака показал следующее.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; распространение образцов; реклама; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров;

услуги продажи товаров, с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов» являются однородными услугам 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; представление товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение товаров [для третьих лиц], в том числе услуги оптовой и розничной торговли; распространение образцов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», указанным в перечне противопоставленного товарного знака, поскольку они относятся к услугам по продвижению товаров, управлению закупочно-снабженческой деятельностью, услугам в области рекламы, следовательно, сопоставляемые услуги соотносятся между собой как род-вид, имеют одно назначение, круг потребителей, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями.

Таким образом, в результате сопоставления соответствующих перечней, с учетом, к тому же, как уже отмечалось выше, высокой степени фонетического сходства сравниваемых знаков, коллегией однозначно усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности вышеуказанных услуг, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) знаки, одному производителю.

С учетом вышеизложенного, коллегия приходит к выводу о том, что оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения в отношении однородных товаров 35 класса МКТУ, следовательно, оспариваемый товарный знак по свидетельству №823921 не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 18.11.2025, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №823921 недействительным полностью.