

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

### **по результатам рассмотрения возражения**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 №4520, рассмотрела поступившее 28.08.2017 возражение, поданное компанией Би-ЯНГ А/С, Дания (далее — лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №598819, при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке №2015740529 с приоритетом от 09.12.2015 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 14.12.2016 за №598819 в отношении товаров 14, 18, 25 и услуг 35, 42 классов МКТУ на имя Гамидова Азера Гаджадина Оглы (далее - правообладатель).

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака зарегистрировано словесное обозначение «**GESTO**», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) 28.08.2017 поступило возражение, в котором изложено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №598819 предоставлена в нарушение требований, установленных подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №598819 сходен до степени смешения со словесным товарным знаком «**GESTUZ**» по свидетельству №342913, 533345 [1], имеющим более ранний приоритет и зарегистрированный в отношении однородных товаров 14, 18 и 25 классов МКТУ, правообладателем которого является лицо, подавшее возражение;

- товарный знак [1] зарегистрирован для следующих товаров: 14 - часы [наручные], часы-браслеты, изделия ювелирные, бижутерия. 18 - сумки женские, сумки дорожные и сумки хозяйственные, чемоданы, чемоданы плоские, несессеры, бумажники, кошельки, портмоне, зонты. 25 - одежда женская, мужская и детская; обувь и головные уборы женские, мужские и детские;

- сравниваемые знаки являются сходными по фонетическому критерию, поскольку они состоят из одинакового количества слогов, совпадают первые четыре буквы в начальной части обозначений, близкие и совпадающие звуки в обозначениях располагаются аналогичным образом, ударение совпадает;

- сравниваемые обозначения выполнены стандартным шрифтом буквами латинского алфавита, имеют близкую длину, что позволяет считать их сходными графически;

- сравниваемые обозначения являются изобретенными, что усиливает вероятность их смешения;

- сравниваемые товары 14 и 25 класса МКТУ являются однородными, так как относятся к одежде, обуви, головным уборам и модным аксессуарам, содержащиеся в перечнях товаров 14 и 25 класса МКТУ родовые наименования «изделия ювелирные, бижутерия, часы; одежда, обувь, головные уборы» и их разновидности (видовые наименования) совпадают по назначению (в соответствии с толковыми словарями русского языка, «одежда - это совокупность предметов (из ткани, меха, кожи), которыми покрывают, одевают тело», некоторые из товаров могут быть как взаимодополняемыми, так и взаимозаменяемыми, эти товары имеют самый широкий круг потребителей, общие места продаж, в том числе через Интернет, также велика вероятность совместной встречаемости, как в сети Интернет, так и в торговых центрах;

- часть товаров 18 класса МКТУ оспариваемой регистрации не является однородной товарам, указанным в товарном знаке [1], это следующие товары - вожжи, гарнитуры сбруйные; детали для стремян резиновые; изделия шорно-седельные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; кнуты; кожухи для рессор

кожаные; крепления для седел; крупоны [кожевенные полуфабрикаты]; ленчики седел; наколенники для лошадей; намордники; недоуздки для лошадей; обивка мебельная из кожи; оболочки колбасные; отделка кожаная для мебели; ошейники для животных; пленка газонепроницаемая из кишок животных; плетки многохвостые; поводки; подкладки мягкие под седла для верховой езды; подковы; подпруги кожаные; попоны для лошадей; портупей кожаные; постромки [конская сбруя]; ремни для военного снаряжения; ремни для конской сбруи; ремни для коньков; ремни кожаные [изделия шорные]; ремни подбородочные кожаные; ремни стременные; седла для лошадей; стремяна; торбы [мешки для кормов]; трензели для конской сбруи; удила [сбруя конская]; уздечки [конская сбруя]; упряжь для животных; хомуты для лошадей; чепраки под седло для лошадей; шоры [сбруя конская]; ягдташи [охотничьи аксессуары], остальные товары, содержащиеся в перечне товаров 18 класса МКТУ регистрации 598819, являются однородными товарам 18 класса МКТУ товарного знака [1], так как часть товаров совпадает по назначению (сумки, чемоданы), по материалу (кожа, искусственная кожа, пушнина), другая часть товаров является взаимодополняемой (зонты, ремни);

- часть услуг 35 класса МКТУ, связанных с рекламой, продвижением товаров, продажей товаров является однородной по отношению к товарам 14, 18, 25 классов МКТУ, так как эти товары, в основном, продаваемые через Интернет, неотделимы от услуг, связанных с их рекламой и реализацией;

- следующие услуги 35 класса МКТУ регистрации № 598819 являются однородными по отношению к товарам регистрации № 342913: агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа

розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; 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; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами];

- все вышесказанное, касающееся услуг 35 класса МКТУ, может быть применимо и к услугам 42 класса МКТУ, связанным с дизайном ювелирных изделий, сумок и т.п. аксессуаров, моделированием одежды, обуви, головных уборов, эти услуги 42 класса МКТУ являются однородными товарам 14, 18, 25 класса МКТУ.

- товарный знак по свидетельству №598819 не соответствует требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса;

- бренд GESTUZ появился в 2008 году в Дании, через год начались продажи товаров под этим товарным знаком в России. Стиль одежды GESTUZ это индивидуальность, дерзость, динамика и чувственность, в производстве одежды используются качественные ткани, практикуется смешивание моделей из трикотажа с изделиями ручной работы, что даёт возможность GESTUZ конкурировать на рынке одежды среди других известных брендов, более подробную информацию о компании и товарах под товарным знаком GESTUZ можно найти на сайтах [www.gestuz.com](http://www.gestuz.com) и [www.b.young.com](http://www.b.young.com).

- товарный знак GESTUZ используется для маркировки женской одежды в течение достаточно длительного срока, начиная с 2009 года, при проведении

запроса на словесный элемент GESTUZ в поисковых системах Интернет вся выявленная информация относится к продукции лица, подавшего возражение;

- одежда под товарным знаком GESTUZ реализуется через Интернет - магазины, на сайтах, предлагающих к продаже одежду, а также в торговых центрах крупных российских городов, информацию об одежде под товарным знаком GESTUZ можно получить на сайте компании [www.gestuz.com](http://www.gestuz.com), там же можно ознакомиться с каталогом одежды и аксессуаров под товарным знаком GESTUZ;

- поскольку Интернет является самым популярным и доступным источником информации, имеющим многомиллионную аудиторию, а также, учитывая присутствие продукции под знаком GESTUZ на российском рынке в течение длительного срока, можно с уверенностью утверждать, что потребители хорошо знакомы с продукцией под товарным знаком GESTUZ, оценили качество одежды, изготовленной из качественных тканей, с использованием сочетания трикотажа с изделиями ручной работы;

- продажа одежды через Интернет чрезвычайно популярна в настоящее время, поэтому еще более высока вероятность смешения между фонетически сходными фантазийными обозначениями GESTUZ и GESTO при отсутствии понятной российскому потребителю семантики, которая могла бы помочь различить товарные знаки;

- учитывая тот факт, что основными видами деятельности правообладателя, являющегося индивидуальным предпринимателем, является розничная торговля обувью, изделиями из кожи, текстильными изделиями в специализированных магазинах, становится очевидным, что чрезвычайно высока опасность смешения между товарными знаками GESTUZ и GESTO;

- в связи с известностью обозначения GESTUZ существование на российском рынке товаров и услуг 14, 18, 25, 35 (частично), 42 (частично) классов МКТУ под товарным знаком GESTO может вызвать в сознании потребителя ассоциации с продукцией лица, подавшего возражение, и, таким образом, может вводить в заблуждение потребителей относительно производителя товаров и услуг, товаров и

их качества, места нахождения изготовителя (на территории Дании), что не соответствует действительности.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №598819 в отношении всех товаров 14, 25 классов МКТУ, следующих товаров 18 класса МКТУ - бумажники; визитницы [картодержатели]; замша, за исключением используемой для чистки; зонты; зонты солнечные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; каркасы для женских сумок; кейсы из кожи или кожкартона; клапаны кожаные; кожа искусственная; кожа необработанная или частично обработанная; кожкартон; кольца для зонтов; коробки для шляп кожаные; коробки из кожи или кожкартона; коробки из фибры; ящики из фибры; сундуки из фибры; кошельки из металлических колечек; кошельки; портмоне; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; молескин [имитация кожи]; наборы дорожные [кожгалантерея]; несессеры для туалетных принадлежностей незаполненные; нити кожаные; одежда для животных; папки для нот; перевязи для ношения ребенка; беби-слинги; поводки; покрывала [меха]; портфели [кожгалантерея]; пушнина; ранцы; ремешки кожаные; ремни подбородочные кожаные; ремни стременные; ручки для зонтов; ручки для тростей; ручки для чемоданов; рюкзаки; саквояжи; сетки хозяйственные; спицы для дождевых или солнечных зонтов; сумки; сумки для альпинистов; сумки для ношения детей; сумки для одежды дорожные; портпледы; сумки дорожные; сумки женские; сумки кожаные для слесарных инструментов пустые; сумки пляжные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные; сумки хозяйственные на колесах; сумки школьные; сумки-кенгуру для ношения детей; сундуки дорожные; трости; трости для зонтов; трости складные, преобразуемые в сиденья; футляры для ключей; чемоданы [багаж]; чемоданы плоские; чемоданы плоские для документов; чехлы для дождевых зонтов; шевро; шкуры выделанные; шкуры животных; шнуры кожаные; услуг 35 класса МКТУ - агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; информация и советы

коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; 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; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; 42 класса МКТУ - дизайн художественный; моделирование одежды.

К возражению приложены следующие материалы:

- результаты поисковых запросов в Яндекс на 7 л.;
- информация о правообладателе на 1 л.;
- копия каталога на английском языке на 11 л.

Уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, правообладатель выразил несогласие с доводами возражения в представленном отзыве, мотивированном следующими аргументами:

- датский бренд Gestuz является малоизвестным на российском рынке, информация о компании и ассортименте продукции на сайте представлена только на английском языке, компания Би-ЯНГ не посчитала нужным создать сайт на русском языке для российского потребителя;

- сравниваемые товарные знаки не являются сходными до степени смешения, поскольку отсутствует фонетическое и графическое сходство;

- оспариваемый товарный знак в переводе с итальянского языка означает «жест», следовательно, оно не является изобретенным, как указано в возражении;

- до регистрации товарного знака GESTO правообладатель оспариваемого знака для обозначения принадлежащей ему сети розничных магазинов по продаже обуви более 15 лет использовал бренд Glamour Shoes и аббревиатуру из двух первых букв GS;

- при регистрации товарного знака было решено сохранить эту аббревиатуру, в связи с чем выбор пал именно на слово итальянского происхождения, в котором присутствуют эти две буквы.

На основании изложенного в отзыве правообладатель просит оставить в силе правовую охрану оспариваемого товарного знака.

Изучив материалы дела и выслушав лиц, участвующих в рассмотрении возражения, коллегия сочла доводы возражения убедительными.

С учетом даты (09.12.2015) 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 регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его



изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), смысловым (семантическим) признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) пункта 42 Правил.

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, круг потребителей и другие признаки.

Оспариваемый товарный знак «**GESTO**» по свидетельству №598819 представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 14, 18, 25 и услуг 35, 42 классов МКТУ, указанных в свидетельстве.

Противопоставленный товарный знак «**Gestuz**» [1] также является словесным, выполнен стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

Товарный знак [1] охраняется в отношении товаров 14, 18 и 25 классов МКТУ.

Сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленного товарного знака [1] показал следующее.

Фонетическое сходство знаков обусловлено одинаковым числом слогов, близким составом звуков и их расположением в обозначениях, полным совпадением четырех звуков, расположенных в начальной части обозначений, с которой, как правило, начинается восприятие знака потребителем. Что касается семантического сходства обозначений, то оценить его не представляется возможным, поскольку оспариваемый товарный знак имеет смысловое значение в итальянском языке (gesto жест, телодвижение), а у товарного знака [1] смысловое значение отсутствует. Выполнение сравниваемых товарных знаков с использованием стандартного шрифта одного алфавита и близкая длина обозначений позволяет признать их сходными графически.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о том, что сравниваемые товарные знаки являются сходными между собой, поскольку они ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на некоторые отличия.

Все товары 14 и 25 классов МКТУ, а также часть товаров 18 класса МКТУ (бумажники; визитницы [картодержатели]; зонты; зонты солнечные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; каркасы для женских сумок; кейсы из кожи или кожкартона; клапаны кожаные; кольца для зонтов; коробки для шляп кожаные; коробки из кожи или кожкартона; коробки из фибры; ящики из фибры; сундуки из фибры; кошельки из металлических колечек; кошельки; портмоне; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; наборы дорожные [кожгалантерея]; несессеры для туалетных принадлежностей незаполненные; папки для нот; перевязи для ношения ребенка; беби-слинги; портфели [кожгалантерея]; ранцы; ремешки кожаные; ручки для зонтов; ручки для тростей; ручки для чемоданов; рюкзаки; саквояжи; сетки хозяйственные; спицы для дождевых или солнечных зонтов; сумки; сумки для альпинистов; сумки для ношения детей; сумки для одежды дорожные; портпледы; сумки дорожные; сумки женские; сумки кожаные для слесарных инструментов пустые; сумки пляжные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные; сумки хозяйственные на колесах; сумки школьные; сумки-кенгуру

для ношения детей; сундуки дорожные; трости; трости для зонтов; трости складные, преобразуемые в сиденья; футляры для ключей; чемоданы [багаж]; чемоданы плоские; чемоданы плоские для документов; чехлы для дождевых зонтов), в отношении которых испрашивается признание недействительным предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку, являются однородными товарам 14, 18 и 25 классов МКТУ товарного знака [1], поскольку они либо совпадают по виду товара (часы наручные; часы-браслеты; изделия ювелирные; бумажники; кошельки; портмоне; зонты; зонты солнечные; сумки женские; сумки дорожные; сумки хозяйственные; чемоданы; несессеры) либо относятся к одним родовым группам (приборы времени и аксессуары для них; украшения; изделия для хранения и транспортировки; кожгалантерея; зонты, трости и их части; одежда, обувь и головные уборы для женщин, мужчин и детей), имеют одинаковое назначение, один круг потребителей и одинаковые условия реализации, а также являются взаимодополняемыми. Что касается однородности услуг 42 класса МКТУ «дизайн художественный; моделирование одежды», то, по мнению коллегии, указанные услуги корреспондируют товарам «одежда, обувь, головные уборы, украшения, сумки», включенным в 14, 18, 25 классы МКТУ товарного знака [1].

Таким образом, с учетом установленного сходства сравниваемых товарных знаков существует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. Следовательно, имеются основания для признания оспариваемого товарного знака по свидетельству №598819 не соответствующим требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении указанных товаров и услуг.

В отношении таких товаров 18 класса МКТУ как «замша, за исключением используемой для чистки; кожа искусственная; кожа необработанная или частично обработанная; кожкартон; молескин [имитация кожи]; нити кожаные; одежда для животных; поводки; покрывала [меха]; пушнина; ремни подбородочные кожаные; ремни стременные; шевро; шкуры выделанные; шкуры животных; шнуры кожаные» коллегия не может согласиться с лицом, подавшим возражение, что они являются однородными товарам 14, 18 и 25 классов МКТУ, указанным в перечне товарного

знака [1], поскольку они имеют разный вид, относятся к разным родовым группам (кожа, кожзаменители, шкуры животных, изделия для животных, аксессуары конные), имеют разное назначение и разный круг потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых лицо, подавшее возражение, также просит признать недействительным предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку, не являются однородными товарам 14, 18 и 25 классов МКТУ, в отношении которых действует товарный знак [1], поскольку они имеют разный вид, относятся к разным родовым группам (в первом случае – это услуги по продвижению товаров посредством рекламы, выставок, целью которых является информация потребителей о товарах, а также услуги по реализации товаров, непосредственно связанные с закупкой и снабжением товарами, в другом случае – это изготовление товаров), имеют разное назначение и разный круг потребителей. При этом следует отметить, что производство товаров и услуги, связанные с продвижением и продажей товаров относятся к разным видам экономической деятельности, в одном случае это – производственная деятельность, а в другом – деятельность торговых предприятий и рекламных агентств.

В возражении также указано, что предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №598819 противоречит требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку оспариваемый товарный знак способен ввести потребителя в заблуждение относительно товаров и их качества, производителя товаров и услуг, места производства и места нахождения изготовителя.

Очевидно, что по отношению к товарам и услугам, на которые распространяется правовая охрана товарного знака по свидетельству №598819, обозначение «**GESTO**» носит фантазийный характер, поскольку оно не содержит сведений о товаре или его изготовителе.

Фантазийный характер обозначения исключает возможность отнесения данного словесного элемента к обозначениям, указывающим на какие-либо характеристики товара либо данные о производителе, не соответствующие действительности.

Вместе с тем, способность введения в заблуждение не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, обусловленный его предшествующими знаниями о нем.

Возникновение указанных ассоциаций является возможным в силу интенсивного и длительного использования до даты приоритета оспариваемого товарного знака тождественного или сходного обозначения при производстве однородных товаров/услуг и продвижении их на российском рынке.

Вместе с тем, следует отметить, что материалы возражения не содержат каких-либо доказательств того, что российскому потребителю хорошо известна продукция лица, подавшего возражение, маркированная обозначением «**Gestuz**», в результате чего потребитель будет воспринимать продукцию, маркированную оспариваемым товарным знаком «**GESTO**», как произведенную лицом, подавшим возражение, а не его правообладателем.

В связи с указанным отсутствуют основания для признания оспариваемого знака несоответствующим требованиям, регламентированным подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 28.08.2017, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №598819 недействительным в отношении всех товаров 14, 25 классов МКТУ, товаров 18 класса МКТУ – «бумажники; визитницы [картодержатели]; зонты; зонты солнечные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; каркасы для женских сумок; кейсы из кожи или кожкартона; клапаны кожаные; кольца для зонтов; коробки для шляп кожаные; коробки из кожи или кожкартона; коробки из фибры; ящики из фибры; сундуки из фибры; кошельки из металлических колечек; кошельки; портмоне; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; наборы дорожные [кожгалантерея]; несессеры для туалетных принадлежностей незаполненные; папки для нот; перевязи для ношения ребенка; беби-слинги; портфели [кожгалантерея]; ранцы; ремешки**

**кожаные; ручки для зонтов; ручки для тростей; ручки для чемоданов; рюкзаки; саквояжи; сетки хозяйственные; спицы для дождевых или солнечных зонтов; сумки; сумки для альпинистов; сумки для ношения детей; сумки для одежды дорожные; портпледы; сумки дорожные; сумки женские; сумки кожаные для слесарных инструментов пустые; сумки пляжные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные; сумки хозяйственные на колесах; сумки школьные; сумки-кенгуру для ношения детей; сундуки дорожные; трости; трости для зонтов; трости складные, преобразуемые в сиденья; футляры для ключей; чемоданы [багаж]; чемоданы плоские; чемоданы плоские для документов; чехлы для дождевых зонтов» и услуг 42 класса МКТУ – «дизайн художественный; моделирование одежды».**