

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью 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 возражение, поступившее 05.02.2018, поданное ИП Набиуллиной Р. Ш., г. Нижнекамск (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №630533, при этом установлено следующее.



Регистрация комбинированного товарного знака по свидетельству №630533 с приоритетом от 18.01.2016 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 18.09.2017 по заявке №2016700853 на имя Аблаева Андрея Валентиновича, Республика Коми, г. Ухта (далее – правообладатель) в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне регистрации.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 05.02.2018, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №630533 произведена с нарушением требований пунктов 3, 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя 18 сентября 2003 года, осуществляет предпринимательскую деятельность по продаже аксессуаров для автомобилей (авточехлы, автокресла, автоковрики и т.д.) под коммерческим обозначением «Автопрестиж»;

- факт заинтересованности лица, подавшего возражение, обусловлен тем, что оспариваемый товарный знак по свидетельству № 630533 препятствует свободному обороту на территории Российской Федерации услуг, предоставляемых лицом, подавшим возражение, под коммерческим обозначением «Автопрестиж», и, тем самым, нарушает его право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом, экономической деятельности;
- возможность введения потребителя в заблуждение обусловлена сходством оспариваемого товарного знака до степени смешения с обозначением, которое было введено в оборот лицом, подавшим возражение, и активно используется в его коммерческой деятельности;
- лицом, подавшим возражение, представлены материалы, свидетельствующие о том, что оно с 21.04.2015 владеет правом собственности на нежилое здание, расположенное по адресу Республика Татарстан, Нижнекамский муниципальный район, г. Нижнекамск, пр-кт Шинников, д. 13Б., которое используется им для осуществления коммерческой деятельности под обозначением «Автопрестиж» (магазин «Автопрестиж»);
- лицо, подавшее возражение, 05.08.2015 получило разрешение на установку рекламной конструкции для магазина «Автопрестиж», а 24.10.2015 и 08.11.2015 разместило рекламные видеоролики магазина на интернет-сайте YouTube, кроме того, 26.11.2015 в социальной сети ВКонтакте была создана группа «Автопрестиж Нижнекамск Авточехлы Автокресла», в которой состоит более 2700 участников, а 17.08.2016 был создан аккаунт @avtoprestige116 в социальной сети Instagram, имеющий более 1500 подписчиков, что свидетельствует о приобретении известности у потребителей коммерческого обозначения «Автопрестиж»;
- лицо, подавшее возражение, находится в договорных отношениях по закупке товаров для магазина «Автопрестиж» с рядом индивидуальных предпринимателей, кроме того, им были заключены договоры на оказание рекламных услуг для магазина «Автопрестиж», исполнение которых подтверждено документами, приложенными к возражению.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 630533 недействительным.

К возражению приложены следующие материалы:

- копия Свидетельства о внесении в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей (далее - ЕГРИП) записи об индивидуальном предпринимателе (Набиуллиной Расиме Шарифулловне), зарегистрированном до 1 января 2004 года (18.09.2003) [1];
- копия Свидетельства о внесении в ЕГРИП записи о внесении изменений в сведения об индивидуальном предпринимателе (Набиуллиной Расиме Шарифулловне); письмо Межрайонной ИФНС России № 11 по Республике Татарстан; выписка из ЕГРИП, содержащая сведения об индивидуальном предпринимателе (Набиуллиной Расиме Шарифулловне) [2];
- копия дополнительного соглашения к договору № 1492 от 01.02.2009 на отпуск хозяйственной воды для магазина «Авточехлы»; акт допуска в эксплуатацию узла учета воды у потребителя [3];
- копия свидетельства о государственной регистрации права [4];
- письмо от Заместителя руководителя исполнительного комитета Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан [5];
- протокол осмотра интернет-страницы в порядке обеспечения доказательств № 16 А А 4364282 от 26.12.2017 [6];
- скриншоты Интернет-сайтов <https://www.youtube.com/watch?v=PNFpwoiTt38>, <https://www.voutube.com/watch?v=fqml4HHJPX0> [7];
- диск с материалами дела [8];
- копия Сертификата соответствия № НСОПБ.1Ш.РУ.165/2.С.0025 [9];
- протокол № 018249 испытаний по контролю качества огнезащитной обработки конструкций из древесины [10];
- скриншоты Интернет-страниц сайтов https://vk.com/avto_cover, https://vk.com/avto_cover_nkama [11];
- копия Сертификата о владении доменом; копия приказа (распоряжения) о приеме работника Ахмадиева А.Ф. на работу к ИП Набиуллиной Р.Ш. [12];

- скриншоты Интернет-страниц сайтов <http://avtoprest.ige116.ru/>, <https://www.instagram.com/avtoprestige116/> [13];
- отзывы о магазине ИП Набиуллиной Р.Ш. «Автопрестиж» [14];
- копии актов сверки взаимных расчетов [15];
- копия договора № 02/2508 от 25.08.2015 на изготовление и монтаж объемных световых букв «АВТОПРЕСТИЖ»; акт № 238 от 10.09.2015 [16];
- копия счет-фактуры № СК000002291 от 31.10.2015 на оказание рекламных услуг «изготовление» на Радио «DFM» и телеканале «ТВЦентр» [17];
- копии актов с исполнителем ООО «ДубльГИС-Набережные Челны», предмет: рекламные услуги [18];
- копии актов на выполнение услуг по размещению информации в лифтах г.Нижнекамска с ООО «Диапазон» [19];
- отчет по рекламной кампании № 16739419 Яндекс. Директ [20].

Правообладатель, в установленном порядке уведомленный о поступившем возражении, представил отзыв по мотивам возражения, в котором указал следующее:

- согласно статье 1539 Кодекса существование исключительного права на коммерческое обозначение зависит от определенных условий: наличия достаточных различительных признаков обозначения и его известности на определенной территории при применении правообладателем, факт наличия вышеназванных условий может устанавливаться только на основании документов, подтверждающих фактическое использование коммерческого обозначения;

- часть документов, приложенных к возражению (свидетельства о внесении в ЕГРИП записи об индивидуальном предпринимателе, соглашение к договору на отпуск хозяйственной питьевой воды, свидетельство о государственной регистрации права собственности на нежилое здание, акты сверки взаимных расчетов по состоянию, счет-фактура №СК000002291, акты на выполнение работ-услуг по размещению информации в лифтах г. Нижнекамска), не содержат указаний на использование лицом, подавшим возражение, обозначения «Автопрестиж» для маркировки услуг, однородных услугам 35 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается признание недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №630533, а также подтверждения факта

использования коммерческого обозначения для индивидуализации деятельности ИП Набиуллиной Р.Ш., следовательно, указанные документы не могут быть рассмотрены в качестве доказательств доводов возражения;

- часть документов, приложенных к возражению, в которых фигурирует обозначение «АВТОПРЕСТИЖ», относящиеся к периоду времени после 24.03.2015, указывают на наличие нарушения лицом, подавшим возражение, исключительного права на дизайн логотипа, созданного на основании договора на оказание услуг по разработке логотипа от 24 марта 2015 года, заключенного между ИП Аблаевым А.В. и ИП Махневым С.Н., а материалы возражения, подтверждающие использование заявителем обозначения «Автопрестиж», составленные и/или зарегистрированные после даты приоритета оспариваемого товарного знака, указывают на наличие нарушения исключительного права не только на логотип, но и на исключительное право на товарный знак № 630533 с приоритетом от 18.01.2016;

- правообладатель оспариваемого товарного знака был зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя 21 августа 2007 года, что подтверждается выпиской из ЕГРИП от 06.04.2018 года, и с того же года занялся розничной торговлей автомобильными принадлежностями;

- 21 декабря 2013 года в социальной сети ВКонтакте была создана группа «Авточехлы АвтоПрестиж», в которой на данный момент состоит более одиннадцати тысяч человек, кроме того, были созданы аккаунты в социальной сети Instagram, общее число подписчиков на которых составляет более 9500 человек;

- материалы возражения не содержат объективных сведений об известности коммерческого обозначения, применяемого лицом, подавшим возражение, до даты приоритета оспариваемого знака, которые позволили бы прийти к выводу о возникновении у российского потребителя до даты приоритета товарного знака по свидетельству №630533 устойчивой ассоциативной связи оспариваемого знака с лицом, подавшим возражение.

С учетом изложенного правообладатель полагает, что вероятность возникновения у потребителя ассоциаций оспариваемого товарного знака «АвтоПрестиж» с лицом, подавшим возражение, находящимся и осуществляющим свою деятельность на территории г. Нижнекамск (Республика Татарстан), ничтожно

мала.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения.

К отзыву приложены следующие материалы:

- копия договора на оказание услуг по разработке логотипа от 24.03.2015 с приложениями (техническим заданием и актом от 03.04.2015 сдачи-приемки выполненных работ) [21];
- скриншоты интернет страниц [22];
- копия свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя [23];
- копия свидетельства о внесении в ЕГРИП сведений о индивидуальном предпринимателе Аблаеве Андрее Валентиновиче и выписка из ЕГРИП [24].

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (18.01.2016) правовая база для оценки охраноспособности товарного знака по свидетельству № 630533 включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года №482 и введенные в действие 31 августа 2015г. (далее — Правила).

В соответствии с пунктом 3(1) 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.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или 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 случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с пунктом 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения), права на которые возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

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).

Согласно пункту 1 статьи 1538 Кодекса юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Согласно пункту 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Согласно пункту 1 статьи 132 Кодекса предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности. Предприятие в целом как имущественный комплекс признается недвижимостью.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №630533 представляет собой



комбинированное обозначение, содержащее словесные элементы «Авто», «Престиж», «Авточехлы», «Аксессуары», выполненные буквами русского алфавита желтого цвета и расположенные на фоне прямоугольника черного цвета. Изобразительный элемент помещен над словом «Престиж» и выполнен в виде контура автомобиля. Словесные элементы «Авто», «Авточехлы», «Аксессуары» в составе товарного знака не охраняются.

Товарный знак зарегистрирован в отношении услуг 35 класса МКТУ:

услуги рекламные "оплата за клик"; аренда площадей для размещения рекламы; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; оформление витрин; обновление рекламных материалов; оформление рекламных материалов; реклама почтой; услуги по сравнению цен; изучение рынка; прокат рекламных щитов; производство рекламных фильмов; агентства рекламные; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; информация деловая; реклама интерактивная в компьютерной сети; экспертиза деловая; услуги РРС; демонстрация товаров; продвижение продаж для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; прокат рекламных материалов; управление процессами обработки

заказов товаров; исследования маркетинговые; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; распространение образцов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; консультации профессиональные в области бизнеса; продажа аукционная; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; рассылка рекламных материалов; распространение рекламных материалов; реклама наружная; радиореклама.

В отношении довода лица, подавшего возражение, о несоответствии регистрации оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса, коллегия установила следующее.



Сам по себе товарный знак не несет каких-либо указаний, позволяющих прийти к выводу о том, что российским потребителем он воспринимается как вводящий в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, включенные в 35 класс МКТУ оспариваемой регистрации.

Вместе с тем, способность товарного знака вводить в заблуждение может возникнуть у потребителя в результате ассоциации с иным изготовителем товаров и лицом, оказывающим услуги, основанной на его предшествующем опыте.

Для вывода о возможности введения потребителей в заблуждение через ассоциацию с иным лицом, оказывающим услуги, включенные в 35 класс МКТУ оспариваемой регистрации, основанную на предшествующем опыте, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между указанными услугами, оказываемыми под обозначением «Автопрестиж», и лицом, подавшим возражение.

Из материалов возражения следует, что лицо, подавшее возражение, осуществляет деятельность по продаже аксессуаров для автомобилей (авточехлов, автокресел, автоковриков и т.п. продукции) под коммерческим обозначением «Автопрестиж» с сентября 2015 года, что подтверждается отзывами о магазине «Автопрестиж» [14] и актом об изготовлении и монтаже вывески «Автопрестиж» [16].

Документы, датированные до сентября 2015 года, свидетельствуют о подготовке к открытию магазина «Автопрестиж» в г. Нижнекамске.

Незначительное время, прошедшее между началом оказания услуг под коммерческим обозначением «Автопрестиж» (сентябрь 2015) и датой приоритета оспариваемого товарного знака (18.01.2016), не дает оснований для вывода о том, что за это время у российского потребителя могла сложиться устойчивая ассоциативная связь между оспариваемым товарным знаком и лицом, подавшим возражение, тем более, что из материалов возражения следует, что лицо, подавшее возражение, является владельцем только одного магазина на территории одного города.

Таким образом, коллегия не имеет достаточных оснований для вывода о том, что оспариваемый товарный знак на дату его приоритета воспринимался российскими потребителями исключительно как средство индивидуализации только одного (единственного) лица – лица, подавшего возражение. Отсутствуют документы (например, результаты социологического опроса), которые содержали бы сведения о доказанном факте наличия у потребителей при восприятии оспариваемого товарного знака определенных устойчивых ассоциативных связей именно с лицом, подавшим возражение.

Следовательно, отсутствуют какие-либо основания для вывода о способности оспариваемого товарного знака породить у российских потребителей не соответствующее действительности представление о лице, оказывающем услуги, в отношении которых охраняется оспариваемый товарный знак.

Таким образом, довод возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса не подтвержден представленными документами.

В отношении довода лица, подавшего возражение, о несоответствии регистрации оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, установлено следующее.

Как указано выше, лицом, подавшим возражение, представлены документы [5] – [20], включающие сведения о том, что до даты приоритета оспариваемого товарного знака оно осуществляло деятельность по продаже аксессуаров для автомобилей,

используя при этом коммерческое обозначение «Автопрестиж», индивидуализирующее имущественный комплекс - торговое предприятие (магазин), который располагался в здании, принадлежащем лицу, подавшему возражение, расположенном по адресу: Республика Татарстан, Нижнекамский муниципальный район, г. Нижнекамск, проспект Шинников, д. 13Б [4]. При этом данное коммерческое обозначение получило известность в пределах определенной территории (в г.Нижнекамске), благодаря размещению соответствующей рекламной информации в сети Интернет на сайте «YouTube» и в социальной сети «ВКонтакте», на радио (Радио «DFM») и телеканале «ТВЦентр» [11] – [13], [17], [18].

Сходство оспариваемого товарного знака с коммерческим обозначением, которое использует в своей деятельности лицо, подавшее возражение, определяется фонетическим и семантическим тождеством словесных элементов «АВТОПРЕСТИЖ», играющих в них основную индивидуализирующую роль, при этом некоторое визуальное различие между их графическим оформлением не влияет на вывод о сходстве этих обозначений.

Анализ однородности услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, и услуг, которые оказывает лицо, подавшее возражение, под сходным коммерческим обозначением, показал следующее.

Торговая деятельность – это вид предпринимательской деятельности, направленный на удовлетворение покупательского спроса путем реализации товаров потребительского и промышленного назначения. Объектом торговли является товарообмен.

Таким образом, часть услуг 35 класса МКТУ (*продвижение продаж для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; продажа аукционная; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]*) оспариваемой регистрации следует признать однородными с деятельностью лица, подавшего возражение, по продаже товаров под сходным коммерческим обозначением «Автопрестиж».

Часть услуг 35 класса МКТУ, связанных с рекламной деятельностью (*презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи;*

оформление витрин; демонстрация товаров) тесно связана с торговой деятельностью и сопутствует ей, в силу чего может быть признана однородной этой деятельности.

Услуги 35 класса МКТУ, связанные с предоставлением рекламных услуг третьим лицам (*услуги рекламные "оплата за клик"; аренда площадей для размещения рекламы; обновление рекламных материалов; оформление рекламных материалов; реклама почтой; прокат рекламных щитов; производство рекламных фильмов; агентства рекламные; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; реклама интерактивная в компьютерной сети; прокат рекламных материалов; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; распространение образцов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; рассылка рекламных материалов; распространение рекламных материалов; реклама наружная; радиореклама*), не являются однородными с торговой деятельностью по реализации товаров, поскольку относятся к другой родовой группе услуг, характеризуются иной целью, другим способом оказания и кругом потребителей. Реклама, создаваемая рекламным агентством, информирует о производителе или о его товаре, формирует и поддерживает их образ, имидж и оплачивается рекламодателем в соответствии с тарифами на размещение рекламных обращений в средствах массовой информации. Согласно материалам возражения, лицо, подавшее возражение, являлось рекламодателем, однако само никаких рекламных услуг, связанных с созданием, размещением и распространением рекламы, третьим лицам не оказывало.

Остальные услуги 35 класса (*услуги по сравнению цен; изучение рынка; информация деловая; экспертиза деловая; услуги РРС; управление процессами обработки заказов товаров; исследования маркетинговые; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; консультации профессиональные в области бизнеса*) не являются однородными деятельности по реализации товаров, поскольку относятся к иному виду деятельности, связанному с анализом и прогнозом развития конъюнктуры рынка, услугами в области бизнеса, потребителями которых являются предприниматели (бизнес для бизнеса). Целью этой деятельности является изучение экономических предпочтений потребителей и

конкурентов в сфере экономики, диктуемой рынком, организация взаимодействия между компаниями в процессе производства и продажи товаров и услуг, что определяет иное назначение и круг потребителей этих услуг.

Таким образом, анализ совокупности представленных материалов позволил установить несоответствие регистрации оспариваемого товарного знака по свидетельству №630533 требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса в отношении части услуг 35 класса МКТУ, которые признаны однородными с торговой деятельностью лица, подавшего возражение.

Что касается отзыва правообладателя, то представленные им документы не дают оснований для вывода о том, что он является обладателем права на слово «АвтоПрестиж», которое возникло ранее, чем лицо, подавшее возражение, стало использовать это слово в качестве коммерческого обозначения для индивидуализации магазина по продаже аксессуаров для автомобилей.

Договор на оказание услуг по разработке логотипа [21] не является источником возникновения авторского права на словесный элемент «АвтоПрестиж», поскольку само по себе это слово не относится к объектам авторских прав.

Соответственно, довод правообладателя о нарушении его исключительного права на дизайн логотипа, не является правомерным, так как лицо, подавшее возражение, использовало в своей деятельности словесный элемент «Автопрестиж», выполненный в графике, отличающейся от дизайна логотипа, созданного в соответствии договором [21].

Скриншоты интернет-страниц [22] носят рекламно-информационный характер и не содержат дат размещения этой информации в сети Интернет, в силу чего не могут служить доказательством наличия у правообладателя более раннего права на обозначение «АвтоПрестиж», используемого в качестве коммерческого обозначения для индивидуализации торгового предприятия. При этом из представленных документов не усматривается, что правообладатель являлся в этот период владельцем имущественного комплекса, для индивидуализации которого использовалось обозначение «АвтоПрестиж».

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

удовлетворить возражение, поступившее 05.02.2018, и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №630533 недействительным в отношении услуг 35 класса МКТУ «презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; продажа аукционная; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; оформление витрин; демонстрация товаров».