


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью 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 апреля 2020 г. № 644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 г. № 59454, вступившими в силу 06.09.2020, рассмотрела возражение, поступившее 26.06.2023 (дата направления возражения в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (19.06.2023) установлена по номеру почтового идентификатора 80111785079368), поданное ООО «Оригами», Республика Башкортостан, г. Уфа (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №660440, при этом установлено следующее.



Регистрация оспариваемого товарного знака «  » по заявке №2017772968 с приоритетом от 08.06.2017 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 21.06.2018 за №660440 на имя Халитова Эмира Сейрановича, Республика Крым, г.Симферополь, в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне регистрации.

В настоящее время правообладателем оспариваемого товарного знака является Общество с ограниченной ответственностью «КРЫМСКАЯ КОРЗИНА», Республика Крым, г. Симферополь (далее – правообладатель), которому исключительное право на оспариваемый товарный знак было передано в результате регистрации договора об отчуждении исключительного права на товарный знак в отношении всех товаров и/или услуг (дата и номер государственной регистрации договора: 11.07.2023 РД0437158).

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №660440 произведена с нарушением требований подпункта 2 пункта 6 и пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Указанное мотивировано тем, что лицо, подавшее возражение, является



правообладателем комбинированного товарного знака «*Корзина*» по свидетельству №894961, который зарегистрирован с приоритетом от 28.02.2000 в отношении услуг 42 класса МКТУ - обеспечение пищевыми продуктами и напитками.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что оспариваемый знак и противопоставленный знаки являются сходными до степени смешения за счет их фонетического и семантического тождества, при этом услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый знак, являются однородными услуго «обеспечение пищевыми продуктами и напитками» 42 класса МКТУ, в отношении которой зарегистрирован противопоставленный знак.

Кроме того, лицо, подавшее возражение, ссылаясь на пункт 9 статьи 1483 Кодекса, указывает на то, что тождество словесного элемента «КОРЗИНА» оспариваемого знака с противопоставленным знаком при однородности услуг, в отношении которых зарегистрированы сравниваемые знаки, свидетельствует о несоответствии предоставления правовой охраны оспариваемому знаку пункту 10 статьи 1483 Кодекса.

В возражении также отмечено, что факт использования оспариваемого товарного знака самим правообладателем или иным лицом с согласия этого правообладателя не имеет значения при оценке соответствия этого товарного знака пунктам 6 и 10 статьи 1483 Кодекса, поскольку на место товарного знака правообладателя «встает» «старший» товарный знак, на место обозначения иного лица - «младший» товарный знак.

Таким образом, дополнительные обстоятельства, влияющие на вероятность смешения, учитываются применительно к «старшему» товарному знаку.

В подтверждение своей позиции лицо, подавшее возражение, ссылается на пункт 162 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление №10), где изложена позиция относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, а также на ряд судебных актов, содержащих ссылку на Постановление №10: постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 16.04.2021 по делу №СИП-631/2019; постановления президиума Суда по интеллектуальным правам от 25.05.2022 по делу №СИП-906/2021; от 13.09.2021 по делу №СИП-68/2021; от 05.03.2021 по делу №СИП-140/2020; от 25 декабря 2020 г. по делу №СИП-137/2020; от 25.06.2020 по делу №СИП-745/2019.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №660440.

К возражению приложены скриншоты страницы сайта <https://korzina.su> и выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «КРЫМСКАЯ КОРЗИНА» (ИНН 9103067973).

Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с возражением, представил отзыв, доводы которого сводятся к следующему.

Правообладатель обращает внимание на то, что возражение против предоставления правовой охраны товарного знака по свидетельству №660440, с датой публикации 21.06.2018, подано по истечении пятилетнего срока, предусмотренного подпунктом 2 пункта 2 статьи 1512 Кодекса. Соответственно, пятилетний срок подачи возражения по основанию пункта 6 статьи 1483 истёк 21.06.2023.

Кроме того, по мнению правообладателя, положения пункта 10 статьи 1483 Кодекса к оспариваемому товарному знаку не относятся, т.к. он не является ни одним из объектов, указанных в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

В отзыве отмечено, что оспариваемый товарный знак зарегистрирован для широкого перечня услуг 35 класса МКТУ, причём непосредственно услуга 42 класса МКТУ - обеспечение пищевыми продуктами и напитками, в отношении которой охраняется противопоставленный товарный знак, в перечне оспариваемого товарного знака отсутствует.

Согласно пояснениям МКТУ к услугам 35 класса относятся: «сбор для третьих лиц различных товаров (не подразумевая их транспортировку) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями; эти услуги могут осуществляться через розничные и оптовые магазины, через автоматические распределители, почтовые каталоги продаж, электронные средства, например телемагазины или интернет-сайты».

Согласно пояснениям МКТУ к услугам 42 класса относятся: «услуги, предоставляемые физическими лицами или учреждениями, целью которых является приготовление пищевых продуктов и напитков для употребления и оказание услуг по предоставлению мест и питания в гостиницах, пансионатах или других заведениях, предоставляющих временное проживание» т.е. услуги общественного питания.

Следовательно, услуги 35 класса оспариваемого товарного знака (согласно пояснениям к МКТУ - розничные и оптовые магазины) и услуги общественного питания не могут не могут расцениваться как однородные, так как у них различные потребительские свойства, функциональное назначение, они не являются ни взаимодополняемыми, ни взаимозаменяемыми, характеризуются различными условиями предоставления услуг, в связи с чем потребители не будут их относить к одному и тому же источнику происхождения и не будут смешивать лиц, оказывающих данные услуги.

При сравнении оспариваемого и противопоставленного товарных знаков по фонетическим, семантическим и визуальным признакам сходства, в отзыве отмечено следующее.

Правообладатель полагает, что из признаков визуального сходства в сравниваемых обозначениях не совпадает ни одного, а из признаков фонетического сходства частично совпадает только один - очередность букв «рзина», что явно не достаточно для вывода о графическом сходстве.

При проведении анализа на наличие смыслового сходства правообладатель отмечает, что изобразительный элемент оспариваемого товарного знака непосредственно в сознании потребителя не ассоциируется с буквой «О», для такой ассоциации требуется дополнительное домысливание и выстраивание логической

связи между общим зрительным восприятием оспариваемого товарного знака и каким-то конкретным словом русского языка. Противопоставленный товарный знак такого домысливания и выстраивания логических связей не требует, он сразу воспринимается в качестве единой лексической единицы - слова «Корзина».

Таким образом, по совокупности указанных признаков: неоднородности товаров, отсутствие графического сходства и различное семантическое и смысловое восприятие, отсутствует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности сравниваемых товарных знаков одному правообладателю, и что услуги 35 и 42 классов МКТУ оказываются одним юридическим лицом.

Дополнительно правообладатель привел в отзыве ссылку на Обзор судебной практики по делам, связанным с оценкой действий правообладателей товарных знаков, утвержденный Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 15 ноября 2023 года, где было отмечено, что «...Не подлежит удовлетворению возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку другого лица в случае, если оно подано исключительно с намерением причинить вред этому лицу и лишить его права на товарный знак».

На основании вышеизложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану знака по свидетельству № 660440.

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

С учетом даты приоритета (08.06.2017) 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 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 6(2) 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 требованиями пункта 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 настоящей статьи.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 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.

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 (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).

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №660440 представляет собой



комбинированное обозначение «  », включающее словесный элемент «КОРЗИНА», выполненный оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита, при этом буква «О» в словесном элементе представлена в виде продуктовой тележки, наполненной гастрономическими продуктами. Снизу обозначение окантовано красной полосой, выполненной в виде узора.

Товарный знак зарегистрирован в фиолетовом, светло-фиолетовом, красно-фиолетовом, серовато-желтом, бежевом, светло-коричневом, оранжевом, светло-оранжевом, темно-зеленом, светло-зеленом, бледно-оранжевом, белом, светло-сером, сером, темно-сером, красном цветовом сочетании в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - составление бизнес-каталогов для публикации в Интернете; агентства импортных услуг; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; административная обработка заказов; административная обработка заказов в рамках услуг, предоставляемых посылочными компаниями; административная обработка заказов, сделанных с помощью компьютера; административная обработка заказов, сделанных с помощью компьютера или телефона; административные программы социального обеспечения для сотрудников; административные услуги для работников, касающиеся пенсий; административные услуги, касающиеся планов социальной помощи сотрудникам; административные услуги, связанные с таможенным оформлением; административный учет; администрирование корпоративных социальных программ по записи в фитнес-клубы; администрирование лояльности через поощрительные программы; администрирование планов медицинских услуг по льготным тарифам; администрирование планов медицинских услуг с предоплатой; администрирование программ поощрительных премий с целью стимулирования продаж товаров и услуг для третьих лиц; администрирование программы для часто летающих пассажиров, которые позволяют членам использовать мили за очки или вознаграждения, предлагаемые другими программами лояльности; администрирование программы лояльности потребителей для продвижения ресторанных услуг и

розничных услуг других; анализ бизнес-управления; анализ данных исследования рынка; анализ затрат; анализ коммерческих данных; анализ маркетинга (потребительского спроса); анализ прибыли предприятия; анализ работ с целью определения квалификации и других рабочих качеств сотрудника; анализ расходов на здравоохранение; анализ рекламного отклика; анализ рынка зерновых; анализ рынка недвижимого имущества; анализ рыночных исследований; анализ себестоимости; анализ соотношения между ценой и себестоимостью, касающийся утилизации отходов, уборки, транспортировки и рециклинга; анализ стратегии бизнеса; аренда объёмов памяти в Интернет для размещения рекламы о занятости; аренда площадей для размещения рекламы; аренда площадей для размещения рекламы и рекламного материала; аренда рекламных площадей в Интернете; аренда рекламных площадей на веб-сайтах; аренда рекламных площадей онлайн; аренда рекламных щитов; аудит; аудит коммерческий; аудит налоговый; аукционы и обратные аукционы (с понижением цены); аукционы недвижимости; аффилированный маркетинг; бенчмаркинг услуг для целей управления бизнесом; бизнес-информация и справки; бизнес-исследования и обзоры; бизнес-консультации и рекомендации, касающиеся франчайзинга; бизнес-консультации, касающиеся ресторанного франчайзинга; бизнес-консультации по вопросам стратегии маркетинга; бизнес-консультирование; бизнес-планирование; бизнес-планирование стратегическое; бизнес-расчет технико-экономического обоснования; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; ведение, выставление и сверка счетов для третьих лиц; ведение медицинских счетов; ведение медицинской документации пациентов; ведение программ с вознаграждением за лояльность торговым схемам; ведение реестра информации; ведение реестра пород собак; ведение реестра профессиональных оценщиков; ведение реестра сертифицированных авиакосмических технических специалистов; ведение реестра сертифицированных медицинских технических специалистов; ведение реестра спортивных предметов коллекционирования и художественных изделий; ведение судебной бухгалтерии; ведение учета пород домашнего скота; внешнее административное управление для компаний; возврат регистрационного ключа; выписка счетов; выписка счетов в области здравоохранения; гарантийное обслуживание регистрационных документов для третьих лиц; деловое администрирование и управление делами; демонстрационные услуги продажи для третьих лиц; демонстрация товаров; демонстрация товаров в рекламных целях; дублирование документов; заключение контрактов для третьих лиц на покупку и продажу товаров; заключение контрактов на покупку и продажу товаров и услуг для третьих лиц; заключение контрактов на рекламу и продвижение товаров для третьих лиц; заключение рекламных контрактов для третьих лиц; заключение торговых сделок, для третьих лиц, через Интернет-магазины; закупка контрактов на покупку и продажу товаров и услуг; закупка товаров и услуг для других направлений

деятельности; закупка товаров от имени субъектов предпринимательской деятельности; изучение общественного мнения; изучение рынка; изучение рынка недвижимого имущества; изучение рынка рекомендаций; изыскание новых рынков; инвентаризация товаров; инвентарный контроль запасов; интерактивные услуги ведения учета в области управления рисками и соблюдения нормативных требований страховщиками и специалистами в области медицины; Интернет-маркетинг; Интернет услуги по заказу и доставке на дом пищевых и ресторанных продуктов; информационные услуги и коммерческие оценки; информационные услуги, связанные с рекламной и коммерческой деятельностью; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; информация по определению на работу; исследования в области бизнеса; исследования и анализ в области рыночного манипулирования; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; исследования профессиональные в области бизнеса; исследования рынка услуг в отношении лояльности клиентов; исследования рынка услуг в отношении привычного использования Интернета; исследования управления бизнесом по онлайн; коммерческая деятельность и менеджмент-консалтинг; компиляция интерактивных бизнес-справочников; компиляция коммерческих реестров; комплектование штата руководителей высшего звена; комплектование штата сотрудников; компьютеризированная подготовка кадастра; компьютеризированное управление запасами; компьютеризированное управление центральными файлами и файлами деловой документации; компьютеризированные услуги онлайн магазинов розничной продажи; компьютеризованные бухгалтерские услуги; компьютеризованный заказ онлайн услуг; компьютерная обработка текста; компьютерное управление административными услугами; компьютерные управления базами данных; компьютерные услуги заказа подарков онлайн; консалтинговые услуги в области промышленного управления; консалтинговые услуги, связанные с размещением персонала, подбором кадров и менеджментом; консультативная деятельность по размещению рекламы в прессе; консультации в области кадровых ресурсов; консультации в области маркетинга; консультации в области рекламы и бизнеса; консультации в области стратегического управления бизнесом; консультации в области управления бизнесом; консультации и консультативные услуги, связанные с подбором персонала; консультации и консультативные услуги, связанные с размещением персонала; консультации и консультативные услуги, связанные с управлением персоналом; консультации и советы в области бизнеса; консультации, касающиеся налогового учета; консультации, касающиеся организации и управления бизнесом; консультации, касающиеся рекламы; консультации, касающиеся управления бизнес-процессами; консультации по вопросам бизнес-исследований; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по вопросам планирования карьеры; консультации по вопросам рекламы и маркетинга; консультации по вопросам трудоустройства; консультации по вопросам управления бизнесом, относящиеся к стратегии, маркетингу, производству, персоналу и розничной продаже;

консультации по деловому администрированию и помощь; консультации по демографическим вопросам для маркетинговых целей; консультации по коммерческому управлению в области услуг транспорта и доставки; консультации по коммерческому управлению, предоставляемые через Интернет; консультации по корпоративному управлению; консультации по найму персонала; консультации по организации бизнеса; консультации по организации и управлению бизнесом в области управления персоналом; консультации по планированию и устойчивости бизнеса; консультации по прямой работе с клиентами; консультации по размещению персонала; консультации по связям с общественностью; консультации по связям с общественностью в рамках коммуникационной стратегии; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, связанные с анализом бизнеса; консультации, связанные с обработкой данных; консультации, связанные с оценкой бизнеса; консультации, связанные с рекламным бизнесом; консультации, связанные с услугами по рекламе и продвижению товаров; консультации электронные, касающиеся обработки данных; консультационные и информационные услуги в области бизнеса; консультационные и информационные услуги, предоставляемые предприятиям; консультационные услуги в области аффилированного маркетинга; консультационные услуги в области рекламы; консультационные услуги по рекламному и деловому управлению; консультационные услуги по управлению, планированию и контролю в области бизнеса; консультационные услуги, связанные с объединением предприятий; консультирование в области штатного расписания; консультирование по вопросам перемещения бизнеса; консультирование по вопросам управления бизнесом в сфере исполнительной власти и развития навыков лидерства; консультирование по вопросам управления бизнесом и коммерческой активностью; консультирование по позиционированию бренда; контракты на закупку для третьих лиц; контракты на закупку для третьих лиц, связанные с продажей товаров; копирайтинг в целях рекламы и продвижения; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг баз данных; маркетинг и рекламная деятельность, связанная с управлением бизнесом и деловым администрированием; маркетинг товарный; менеджмент в сфере торговли (коммерции); мерчендайзинг; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных материалов; онлайн маркетинг; организации подписок на публикации третьих лиц; организации торговых ярмарок; организационные услуги в коммерческих целях; организация и проведение ярмарки вакансий; организация аукционных продаж; организация выставок и мероприятий для коммерческих или рекламных целей; организация и проведение маркетинговых мероприятий; организация и проведение презентации продуктов; организация и проведение промышленных выставок; организация и проведение рекламных и маркетинговых мероприятий; организация и проведение рекламных мероприятий; организация и проведение торговых выставок для коммерческих или рекламных целей; организация и проведение торговых выставок, мероприятий и выставок для коммерческих или

рекламных целей; организация и проведение ярмарок; организация и проведение ярмарок и выставок в коммерческих и рекламных целях; организация и управление программами клиентской лояльности; организация, осуществление и контроль продаж и рекламных поощрительных программ; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация показов мод для коммерческих целей; организация программ лояльности клиентов для коммерческих, рекламных или стимулирующих целей; организация рекламных мероприятий; организация рекламных мероприятий в кинотеатрах; организация схем лояльности и стимулирования; организация схем лояльности клиентов; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок для рекламных целей; организация художественных выставок для коммерческих или рекламных целей; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка воздействия рекламы на аудиторию; подготовка и размещение рекламы для третьих лиц; подготовка и сбор торговых и коммерческих отчетов и информации; подготовка коммерческой статистики; подготовка маркетинговых отчетов; предоставление и аренда рекламных площадей в Интернете; предоставление и аренда рекламных площадей и наружных рекламных площадей; предоставление и аренда рекламных площадей и рекламного материала; предоставление информации бизнес-справочника через глобальную компьютерную сеть; предоставление информации в области глобальных надежных бизнес-решений; предоставление информации, касающейся трудоустройства; предоставление информации о сравнении цен отелей; предоставление информации, относящейся к услугам по переводу сотрудников в другую местность; предоставление информации о торговле за рубежом; предоставление информации по вопросам найма сотрудников через глобальную компьютерную сеть; предоставление информации по вопросам трудоустройства через глобальную компьютерную сеть; предоставление информации по изучению рынка через веб-сайты; предоставление информации по корпоративному маркетингу; предоставление информации, связанной с продажей автомобилей, через Интернет; предоставление информационных услуг, связанных с адресами и телефонами коммерческих фирм; предоставление и прокат рекламных материалов; предоставление коммерческих информационных справочников через Интернет; предоставление коммерческой информации, связанной с компаниями; предоставление коммерческой информации через глобальную компьютерную сеть; предоставление консультаций в области эффективности бизнеса; предоставление консультаций в сфере управления бизнесом и изучения рынка; предоставление консультаций и информации, относящейся к коммерческому управлению бизнесом; предоставление консультаций, касающихся сбыта химической продукции; предоставление помощи в области делового управления и введения товаров в оборот в рамках договора франшизы; предоставление помощи в области делового управления и планирования; предоставление помощи в области организации бизнеса; предоставление помощи в области продвижения бизнеса; предоставление

потребителям информации и консультаций относительно выбора продуктов и объектов покупки; предоставление потребителям информации о товарах; предоставление потребителям информации о товарах или услугах; предоставление потребителям информации о товарах через Интернет; предоставление правил размещения рекламы на сайте; предоставление пространства на веб-сайтах для рекламы товаров и услуг; предоставление рекламных мест в периодических изданиях, газетах и журналах; предоставление рекламных площадей в газетах; предоставление рекламных площадей в глобальной компьютерной сети; предоставление рекламных площадей в журналах; предоставление рекламных площадей в периодических изданиях; представление товаров в витринах магазинов живыми моделями; презентации финансовых продуктов через средства связи, для целей розничной продажи; презентация компаний и их товаров и услуг по Интернету; презентация товаров потребителям; проведение виртуальных выставок-ярмарок онлайн; проведение маркетинговых исследований по запросам; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение и реализация торговых выставок; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение продаж продукции и услуг других лиц путём предоставления баллов при использовании кредитных карт; продвижение, реклама и маркетинг веб-сайтов; продвижение сериалов для третьих лиц; продвижение товаров в целях покупки или продажи (для третьих лиц); продвижение товаров для третьих лиц с помощью карт привилегированного пользователя; продвижение товаров и услуг для третьих лиц посредством рекламы на интернет-сайтах; продвижение товаров и услуг для третьих лиц через Интернет; продвижение товаров и услуг других лиц с помощью программы лояльности для привилегированных клиентов; продвижение товаров и услуг посредством финансовой поддержки международных спортивных мероприятий; продвижение товаров и услуг посредством финансовой поддержки спортивных мероприятий; продвижение товаров и услуг третьих лиц по дисконтным программам; продвижение товаров и услуг третьих лиц посредством рекламных акций; продвижение товаров и услуг третьих лиц путем подготовки и размещения рекламы в электронных журналах; продвижение товаров и услуг третьих лиц с помощью печатных материалов; продвижение товаров и услуг третьих лиц с помощью программ лояльности карт постоянного покупателя; продвижение товаров и услуг третьих лиц с помощью рекламных роликов; продвижение товаров и услуг через всемирную глобальную сеть; продвижение товаров с помощью аудиовизуальных средств связи; продвижение финансовых и страховых услуг для третьих лиц; производство и распределение радио- и телевизионных рекламных роликов; производство программ телемагазинов; производство рекламных радиороликов; производство рекламных фильмов; производство телевизионной и радио рекламы; прокат материалов по исследованию рынка; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат офисной техники; прокат пишущих машин и копировальной техники; прокат рекламного времени в кинотеатрах; прокат рекламных и маркетинговых презентационных материалов; прокат

торговых автоматов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профессиональные консультации по менеджменту персонала; прямой маркетинг; публикация печатного материала для рекламных целей; публикация печатного материала для рекламных целей в электронной форме; публикация печатного материала онлайн для рекламных целей; публикация рекламного материала; публикация рекламного материала и текстов; публикация рекламных текстов; развитие методов анализа и реализация стратегических планов и проектов по управлению; раздача проспектов и образцов в рекламных целях; разработка и реализация маркетинговых стратегий для третьих лиц; разработка и согласование волонтерских проектов для благотворительных организаций; разработка кампаний по продвижению товаров; разработка кампаний по продвижению товаров для коммерческих предприятий; разработка маркетинговой стратегии; распространение информации, рекомендательные и консультационные услуги, связанные с деловым администрированием и управлением бизнесом, предоставляемые онлайн или через Интернет; распространение листовок, брошюр, печатного материала и образцов для рекламных целей; распространение образцов; распространение проспектов в рекламных целях; распространение проспектов для рекламы; распространение рекламного материала; распространение рекламных материалов [листовок, брошюр и печатной продукции]; распространение рекламных материалов онлайн; распространение рекламных материалов по почте; распространение рекламных проспектов; распространение рекламы для третьих лиц через Интернет; распространение рекламы и рекламных материалов; распространение рекламы и рекламных материалов [листовок, брошюр, буклетов и образцов]; распространение рекламы и рекламных роликов; распространение рекламы по сетям связи онлайн; распространение рекламы через Интернет; распространение рекламы через сеть электронных коммуникаций в режиме онлайн; распространение товаров для рекламных целей; реклама в периодических изданиях, брошюрах и газетах; реклама в популярной и профессиональной прессе; реклама в связи с услугами транспорта и доставки; реклама в сетях мобильной телефонной связи; реклама для третьих лиц; реклама жилой недвижимости; реклама коммерческой недвижимости; реклама онлайн поставщиков товаров и услуг через электронную справочную; реклама, относящаяся к фармацевтической продукции и естественному изображению продуктов; реклама почты прямая с целью привлечения новых клиентов и сохранения существующей клиентской базы; реклама телевизионная; реклама через Интернет; рекомендательные, консультационные и информационные услуги в сфере бизнеса; розничные услуги онлайн, относящиеся к ювелирным изделиям; розничные услуги онлайн, относящиеся к сумкам; розничные услуги онлайн, относящиеся к подаркам; розничные услуги онлайн, относящиеся к одежде; розничные услуги онлайн, относящиеся к косметике; розничные услуги по заказу товаров по почте, в области одежды и аксессуаров для одежды; розничные услуги по заказу товаров по почте, связанные с аксессуарами для одежды; розничные

услуги, связанные с компьютерным программным обеспечением; рубричная реклама; руководство и управление научно-исследовательскими грантами; рыночные цены на продукты и услуги; сбор и ввод информации в компьютерные базы данных; сбор статистических данных, касающихся использования ресурсов здравоохранения; сбор статистических сведений о рынке, услуги по исследованию и анализу; сведенный воедино ассортимент товаров для выгоды третьих лиц (исключая транспорт), предоставляя возможность покупателям выбора и покупки данных товаров; событийный маркетинг; советы в области маркетинга; согласование деловых контрактов для третьих лиц; создание и обновление рекламных материалов; сортировка, обработка и получение почты [канцелярская]; составление деловых справочников; составление контрактов, для третьих лиц, на предоставление услуг; трудоустройство специалистов; управление взаимоотношениями с клиентами; управление программами лояльности клиентов; управление процессами обработки заказов товаров; управление расходами; управление учетными записями продаж; услуги административные, связанные с перемещением персонала; услуги административные, связанные с рассмотрением страховых претензий; услуги в сфере рекламного маркетинга; услуги в сфере рекламы, маркетинга и публицити; услуги деловые посреднические и консультационные в области продажи товаров; услуги консультационные по управлению бизнесом, связанные с франчайзингом; услуги консультационные, связанные с рекламой, публицити и маркетингом; услуги оптовой продажи, связанные со сладостями; услуги оптовых заказов; услуги оформления витрин магазинов розничной продажи; услуги по оптовой или розничной продаже кондитерских изделий; услуги по рекламе и маркетингу онлайн; услуги по рекламе и продвижению продаж; услуги по рекламе, продвижению и связанные с ними консультации; услуги по снабжению алкогольными напитками [покупка продуктов для других компаний]; услуги рекламные и по стимулированию сбыта; услуги рекламные, связанные с введением в эксплуатацию новых продуктов; услуги рекламные, связанные с продажей товаров; услуги розничной продажи, связанные с деликатесными продуктами; услуги розничные, предоставляемые мини-маркетами.

Доминирующее положение в композиции оспариваемого товарного знака занимает словесный элемент «КОРЗИНА», при этом оригинальное написание буквы «О» в виде продуктовой тележки, наполненной продуктами, не приводит к утрате ее восприятия именно в качестве буквы и однозначному прочтению словесного элемента как «КОРЗИНА».

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №894961 (срок действия регистрации продлен до 28.02.2030) является предметом договора об отчуждении товарного знака по свидетельству № 194778, зарегистрированного с приоритетом от

28.02.2000 (дата и номер государственной регистрации договора: 30.09.2022



РД0409966), и представляет собой комбинированное обозначение «
», включающее словесный элемент «Корзина», выполненный оригинальным шрифтом, стилизованным под рукописный текст.

Товарный знак охраняется в отношении услуг 42 класса МКТУ «*обеспечение пищевыми продуктами и напитками*».

Товарный знак по свидетельству №894961 являющегося в отношении услуг 42 класса МКТУ - *обеспечение пищевыми продуктами и напитками*.

Сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленным товарным знаком обусловлено фонетическим и семантическим тождеством словесных элементов «КОРЗИНА», занимающих в их композиции доминирующее положение и играющих в них основную индивидуализирующую роль, при этом визуальные различия между ними не играют существенной роли для вывода о сходстве сравниваемых обозначений.

Анализ услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых охраняется оспариваемый товарный знак, с услугами 42 класса МКТУ «*обеспечение пищевыми продуктами и напитками*», в отношении которых охраняется противопоставленный товарный знак, показал следующее.

Согласно пояснениям, размещенным на сайте <https://www.regfile.ru/okved2/razdel-i/56.html> (Центр регистрации и сопровождения бизнеса), деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков предполагает предложение продуктов питания, готовых к непосредственному употреблению на месте, в том числе, деятельность по доставке готовой пищи учебным, спортивным, медицинским и прочим организациям и учреждениям, обеспечению деятельности столовых, буфетов, кафетериев при предприятиях и учреждениях, и, тем самым, тесно связана с услугами общественного питания.

В свою очередь, пояснения к 35 классу МКТУ, размещенные на сайте <https://mktu.info/services/35>, указывают, что 35 класс включает, в основном, услуги, связанные с управлением бизнесом, эксплуатацией, организацией и администрированием коммерческих или промышленных предприятий, а также рекламу, услуги маркетинга и продвижения.

Учитывая изложенное, часть услуг, включенных в перечень 35 класса оспариваемой регистрации (интернет услуги по заказу и доставке на дом пищевых и ресторанных продуктов; услуги по снабжению алкогольными напитками [покупка продуктов для других компаний]), следует признать однородными с услугами по обеспечению пищевыми продуктами и напитками, в отношении которых охраняется противопоставленный товарный знак.

Указанные однородные услуги характеризуются одинаковым назначением и кругом потребителей, а также условиями оказания этих услуг.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что оспариваемый товарный знак может вызывать у потребителя сходные ассоциации с противопоставленным товарным знаком в отношении вышеуказанных услуг 35 класса МКТУ, что определяет вывод об их сходстве до степени смешения в отношении этих услуг и, соответственно, о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса в отношении части услуг 35 класса МКТУ.

Относительно мотива возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса необходимо обратить внимание на то, что данная норма права подлежит применению, в частности, когда сравниваемые средства индивидуализации не являются сходными друг с другом в целом с учетом несходства доминирующих в них элементов, но при этом один знак включает в свой состав не доминирующий элемент, который является тождественным или сходным с противопоставленным средством индивидуализации другого лица.

Однако в рамках рассмотрения настоящего возражения коллегией было установлено, что оспариваемый и противопоставленный товарные знаки, напротив,

являются сходными друг с другом в целом. Исходя из данного обстоятельства, вышеуказанная норма права не подлежит применению.

Что касается многочисленных ссылок на судебные акты, которые приведены в возражении и отзыве правообладателя, то они лишь свидетельствуют о том, что предметом рассмотрения судебных инстанций были другие товарные знаки, по которым установлены иные обстоятельства, существовавшие на дату подачи соответствующих заявок, при этом стороны данного спора не являлись участниками рассмотрения этих дел.

Коллегия приняла во внимание доводы правообладателя о том, что действия лица, подавшего возражение, могут содержать признаки недобросовестности и злоупотребления правом, однако в рамках данного спора они не могут быть рассмотрены по существу и повлиять на принятие решения по возражению.

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

удовлетворить возражение, поступившее 26.06.2023, и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №660440 недействительным в отношении услуг 35 класса МКТУ «Интернет услуги по заказу и доставке на дом пищевых и ресторанных продуктов; услуги по снабжению алкогольными напитками [покупка продуктов для других компаний]».