

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения  возражения  заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020, рассмотрела поступившее 25.05.2023 возражение ООО «Оникс24», г. Красноярск (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022721019, при этом установила следующее.

*ОНИКС*

Регистрация обозначения *ОНИКС* в качестве товарного знака по заявке № 2022721019 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 05.04.2022 испрашивается на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента от 28.02.2023 об отказе в государственной регистрации товарного знака принято на основании его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное несоответствие обосновывается в заключении по результатам экспертизы тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с зарегистрированными на имя иных лиц и имеющих более ранний приоритет товарными знаками «ОНИКС» по свидетельствам №№158997, 158997/1, 555105, 369971 [1-4] в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, товарным знаком

«ONYX» по свидетельству №459332 [5] и знаком «ONYX» по международной регистрации № 1139665 [6] в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

Заявитель выразил свое несогласие с данным решением в поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) возражении, доводы которого сводятся к следующему:

- сходство заявленного и противопоставленных обозначений было установлено экспертизой на основании фонетического и семантического тождества и сходства их словесных элементов «ONYX»-«ОНИКС»-«ОНИКС». При этом в заявленном обозначении отсутствует словесный элемент «ОНИКС», на основании которого и были сделаны ошибочные выводы относительно наличия сходства обозначений. На регистрацию в качестве товарного знака было заявлено комбинированное обозначение, состоящее из буквенных и изобразительных элементов;

- согласно изложенному в решении, экспертизой было учтено оригинальное графическое исполнение заявленного обозначения, а именно, оригинальное исполнение, буквы «Н» и буквы «К» в виде фигур черного цвета, вместе с тем, за счет включения букв «О», «И», «С», заявленное обозначение в целом воспринимается как слово «ОНИКС» и не создает качественно иного уровня восприятия, вследствие чего признанно сходным с противопоставленными знаками. В решении не приводится никаких обоснований того, что в состав заявленного обозначения действительно входят буквы «Н» и «К». Визуально такие элементы отсутствуют в заявленном обозначении. Изобразительные элементы, расположенные непосредственно рядом с буквенными элементами, не являются стилизованными буквами;

- необходимо также учитывать, что выполнение даже словесного обозначения в оригинальной графической манере может привести к утрате этим обозначением словесного характера, в связи с чем его экспертиза должна проводиться с учетом требований, предъявляемых к изобразительным обозначениям. Словесный элемент «О» «И» «С» является фантазийным, все буквы в нём выполнены стандартным шрифтом, без стилизации, все буквы хорошо читаются. При этом любое абстрактное

изображение может трактоваться разными людьми по-разному, и каждый потребитель может увидеть что-то своё в таком обозначении. В связи с этим домысливание и внесение конкретного словесного и смыслового значения, в действительности отсутствующего в обозначении, является необоснованным ограничением свободы интерпретации различных графических элементов, а также фактически изменением заявленного обозначения по существу;

- в связи с отсутствием в заявленном комбинированном обозначении словесного элемента «ОНИКС» заявитель не согласен с тем, что обозначение по заявке № 2022721019 может быть признано сходным до степени смешения с противопоставленными ему товарными знаками по какому-либо признаку;

- сравниваемые обозначения, несмотря на наличие отдельных сходных букв, имеют абсолютно разное произношение - разный состав и количество слогов, разное соотношение и состав согласных и гласных звуков, разное общее восприятие. Заявленное обозначение произносится как обрывочный набор букв, в то время как противопоставленные товарные знаки представляют собой полноценное слово;

- с точки зрения семантики сравниваемые обозначения также не являются сходными. Заявленное обозначение представляет собой три отдельных буквы с графическими элементами между ними. У заявленного обозначения нет определенного очевидного и общеизвестного значения, что делает его оригинальным. При этом отдельные буквы могут представлять собой аббревиатуру, которая может интерпретироваться по-разному, например, «обучающая информационная среда», «объект интеллектуальной собственности», «оптическая интегральная схема» и другие. Все противопоставленные товарные знаки включают одно и то же слово «оникс», которое означает - минерал, халцедоновая (волокнистая) разновидность кварца; поделочный камень; а также такое название носит самая длинная река Антарктиды [интернет источник: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>;

- Все противопоставленные товарные знаки содержат как минимум одно явно идентифицируемое слово, в то время как заявленное обозначение представляет собой комбинацию символов. Центральное слово в части противопоставленных

товарных знаков имеет оригинальное исполнение (рукописный шрифт, шрифт синего цвета, шрифт белого цвета), в части - выполнен четырьмя латинскими буквами, а в части - имеет полностью стандартное оформление без какой-либо стилизации или графических элементов. Всё это существенно влияет на общее восприятие сравниваемых обозначений, позволяя их различать с визуальной точки зрения. Нельзя безоговорочно признавать обозначения сходными до степени смешения, основываясь только на вхождении нескольких отдельных букв в сравниваемые обозначения. Таким образом, сравниваемые обозначения не являются сходными до степени смешения ни по звучанию, ни по смыслу, ни визуально, следовательно, не могут быть признаны в целом сходными до степени смешения;

- среди заявленных услуг 35 класса МКТУ присутствует ряд услуг, неоднородных услугам, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки. Противопоставленные товарные знаки зарегистрированы в отношении узкого перечня услуг с иным номенклатурным рядом. Следует понимать, что факт включения определенных товаров и/или услуг в один и тот же класс МКТУ не значит, что данные товары и/или услуги являются однородными. Также область применения реализуемого товара может сужать функциональное назначение оказываемых услуг. Например, медицинская область деятельности значительно отличается от любой другой области деятельности. К условиям сбыта фармацевтических препаратов и медицинских принадлежностей (особенно оптом) предъявляются свои особые требования, которые регулируются целым рядом определенных законодательных актов (например, приказ Министерства здравоохранения РФ от 31 августа 2016 г. № 647н «Об утверждении Правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения», Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» от 12.04.2010 № 61-ФЗ, принятый Государственной Думой 24.03.2010). Розничная торговля товарами аптечного ассортимента включает продажу, отпуск, фармацевтическое консультирование. По требованию покупателя фармацевтический работник должен ознакомить его с сопроводительной документацией на товар, содержащей по каждому наименованию товара сведения

об обязательном подтверждении соответствия согласно законодательству Российской Федерации о техническом регулировании. Продажа лекарственных препаратов и медицинских изделий производится на основании предъявляемых покупателями рецептов врачей, оформленных в установленном порядке, а также без рецептов в соответствии с инструкцией по применению лекарственных препаратов и медицинских изделий. Фармацевтическая деятельность осуществляется организациями оптовой торговли лекарственными средствами, аптечными организациями, ветеринарными аптечными организациями, индивидуальными предпринимателями, имеющими лицензию на фармацевтическую деятельность, медицинскими организациями, имеющими лицензию на фармацевтическую деятельность, и их обособленными подразделениями, расположенными в сельских населенных пунктах, в которых отсутствуют аптечные организации, и ветеринарными организациями, имеющими лицензию на фармацевтическую деятельность. Заявитель ООО «ОНИКС24» в отличие от правообладателей противопоставленных товарных знаков имеет лицензию Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения № ФС-99-02-008340 от 5 июля 2021 года на осуществление фармацевтической деятельности;

- вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. Однородность товаров устанавливается исходя из принципиальной возможности возникновения у обычного потребителя соответствующего товара представления о принадлежности этих товаров одному производителю;

- окончательный вывод о степени сходства обозначений можно сделать, только сопоставив все признаки. В данном случае к таким признакам можно отнести следующие: очевидное отсутствие тождества всех противопоставляемых обозначений; на регистрацию в качестве товарного знака заявлено не слово (как в противопоставленных товарных знаках), а набор букв и графических элементов; невозможно спутать произношение слова из пяти букв и двух слогов с произношением трёх отдельных букв; отсутствие смыслового значения либо наличие аббревиатуры с большим количеством вариантов значения с семантической

точки зрения воспринимается совершенно иначе, чем слово с единственным определённым значением; разное общее визуальное восприятие; наличие услуг, относящихся к разному виду и роду, в перечнях сравниваемых обозначений; осуществление услуг в разных сферах деятельности (медицинская и фармацевтическая деятельность у заявленного обозначения, и реализация товара немедицинского назначения, ювелирной продукции, потолков - у правообладателей противопоставленных товарных знаков) с разным кругом потребителей; противопоставленные товарные знаки зарегистрированы для узкого (неширокого) перечня услуг/товаров; ни один из правообладателей противопоставленных товарных знаков не имеет серии сходных до степени смешения зарегистрированных товарных знаков. Все перечисленные выше обстоятельства приводят к выводу о невозможности смешения заявленного комбинированного обозначения с противопоставленными товарными знаками в связи с отсутствием достаточной степени их сходства и особенностями сфер их применения.

На основании изложенного в возражении выражена просьба о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке №2022721019 для всех заявленных услуг 35 класса МКТУ.

На заседании коллегии, состоявшемся 06.07.2023, членами коллегии были выявлены дополнительные обстоятельства несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием сходного товарного знака со словесным элементом «ONYX» по свидетельству №943816 [7], зарегистрированного для части услуг 43 класса МКТУ, однородных части услуг 35 класса МКТУ, указанных в заявке. В связи с изложенным и на основании пункта 45 Правил ППС заседание коллегии было перенесено для обеспечения возможности заявителю представить свое мнение по существу приведенных оснований.

Заявителем не было представлено никаких доводов относительно дополнительных оснований для отказа в регистрации товарного знака.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (05.04.2022) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах 42, 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма;

2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; вид и характер изображений; 5) сочетание цветов и тонов.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

*ОНИКС*

Заявленное обозначение состоит из слова «ОНИКС», в котором буквы «Н» и «К» выполнены оригинальным шрифтом, при котором некоторые элементы этих букв обозначены точками.

Согласно возражению государственная регистрация товарного знака испрашивается для услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с



общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; прогнозирование экономическое; продвижение продаж

для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров,


включенные в 35 класс; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов или интернет-сайтов; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса».


В качестве основания для отказа в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022721019 в заключении по результатам экспертизы указано на его несоответствие требованиям, изложенным в пункте 6 статьи 1483 Кодекса,


ввиду сходства до степени смешения заявленного обозначения со знаками [1-7] в отношении однородных услуг.

Знаки [1-2] представляют собой слово «ОНИКС», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Регистрация товарных знаков произведена, в том числе для услуг 35 класса МКТУ - оформление витрин, информация о деловой активности, сбыт товаров через посредников, в том числе коммерческие операции, связанные с розничной продажей товаров через сети ювелирных магазинов, реклама.

Товарный знак  [3] также представляет собой слово «Оникс», выполненное оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Знак зарегистрирован, в частности, для услуг 35 класса МКТУ – услуги по розничной и оптовой продаже товаров.

Знак  [4] представляет собой слово «ОНИКС», выполненное оригинальным шрифтом буквами русского алфавита.

Товарный знак  [5] является комбинированным и состоит из изобразительного элемента в виде пирамиды, справа от которой расположены словесный элемент «ONYX» и неохраняемое словосочетание «Marketing Communications», размещенные на двух строках. Знак зарегистрирован, в частности, для услуг 35 класса МКТУ – абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; выписка счетов; демонстрация товаров; макетирование рекламы; менеджмент в области творческого бизнеса; обновление рекламных материалов; организация выставок в рекламных целях; организация подписки на газеты [для третьих лиц]; организация торговых ярмарок в рекламных целях; оформление витрин; подготовка платежных документов; поиск поручителей; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов;

распространение рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; тестирование психологическое при найме на работу; услуги субподрядчика [управление коммерческое].

Знак [6] «ONYX» является словесным, выполнен буквами латинского алфавита стандартным шрифтом. Знак охраняется для товаров 05 класса МКТУ – фармацевтические препараты для лечения онкологии.



Товарный знак [7] является комбинированным и состоит из изобразительного элемента в виде мазка фиолетовой краски, на фоне которого размещены на двух строках слова «ONYX» и «Deluxe» (является неохраняемым). Товарный знак охраняется, в частности, для услуг 43 класса МКТУ, в том числе «рестораны; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"».

ОНИКС

Сравнительный анализ заявленного обозначения со знаками



ОНИКС



ONYX



[1-7] на предмет их

тождества и сходства показал, что они могут ассоциироваться между собой в целом, что обусловлено фонетическим и семантическим тождеством входящих в них словесных элементов «ОНИКС/ONYX» (Onyx в переводе с английского означает «оникс». Оникс – ювелирно-поделочный камень из группы халцедонов с характерным чередованием плоскопараллельных слоёв различной окраски, см., например, <https://dic.academic.ru/>). Указанные словесные элементы либо являются единственными элементами сравниваемых обозначений, как, например, в заявленном обозначении, товарных знаках [1, 2, 4, 6], либо выполняют в них основную индивидуализирующую функцию товарного знака, являясь «сильным»

элементом обозначения по сравнению с изобразительным элементом и «слабыми» неохраняемыми элементами, присутствующими в знаках [3, 5, 7].

При этом следует отметить, что заявленное обозначение однозначно воспримается как слово «ОНИКС», поскольку выполнение букв «Н» и «К» не является настолько стилизованным, чтобы потребитель не смог их прочесть, что не привело к утрате заявленным обозначением словесного характера, в связи с чем вывод экспертизы о наличии фонетического и семантического тождества и сходства заявленного обозначения с противопоставленными знаками следует признать обоснованным.

Что касается графического признака сходства знаков, то имеются некоторые отличия в выполнении сравниваемых обозначений, связанные с наличием в них разных изобразительных элементов, букв разных алфавитов и использовании разной цветовой гаммы. Вместе с тем, использование при выполнении заявленного обозначения и товарных знаков [1-4] букв одного и того же алфавита (русского) некоторым образом сближает обозначения в визуальном плане.

Таким образом, наличие фонетического и семантического тождества и сходства обозначений позволило коллегии прийти к выводу о том, что сравниваемые обозначения могут ассоциироваться друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия.

Услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака и для которых охраняются знаки [1-5], признаны однородными, поскольку они либо совпадают по виду (абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати;

организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования) либо относятся к одним родовым группам услуг (продвижение товаров, услуги по продаже товаров, маркетинговые услуги, менеджмент, рекламная деятельность, бухгалтерские и аудиторские услуги, управление коммерческими и промышленными предприятиями, информационные и консультационные услуги, бизнес-услуги, помощь в организации и управлении бизнесом, услуги кадровых агентств, офисные службы, посреднические услуги, услуги проката и аренды), имеют одинаковое назначение, могут иметь один круг потребителей и одинаковые условия их оказания.

Также следует отметить, что услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями

корреспондируют товарам «фармацевтические препараты для лечения онкологии» знака [6], поскольку они имеют одно назначение – лечение и профилактика заболеваний, а также являются взаимодополняемыми – производство и реализация. Услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку корреспондируют услугам ресторанов и услугам по приготовлению блюд и доставке их на дом, в отношении которых охраняется товарный знак [7], предназначены для обеспечения потребителя едой, выполняются одними и теми же лицами.

В связи с признанием сравниваемых обозначений сходными между собой существует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности вышеуказанных услуг одному лицу в случае их маркировки сравниваемыми обозначениями, что может привести к их смешению в гражданском обороте на российском потребительском рынке товаров и услуг.

Таким образом, у коллегии не имеется оснований для признания обозначения по заявке №2022721019 соответствующим требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 25.05.2023, изменить решение Роспатента от 28.02.2023 и отказать в регистрации товарного знака по заявке №2022721019 с учетом дополнительных обстоятельств.**