

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения **возражения** **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 19.01.2024, поданное ООО «ЗИМА-ЛЕТО», Россия (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022785981, при этом установила следующее.

Обозначение «DOLPHIN JEANS» по заявке №2022785981 с приоритетом от 29.11.2022 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Роспатентом 26.11.2023 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022785981 в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «JEANS» (в переводе с англ. яз. - джинсы, см. <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/jeans>), указывает на определенный вид

товара, следовательно, не обладает различительной способностью и является неохраняемым элементом на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, поскольку в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «JEANS», то в отношении части заявленных товаров 25 класса МКТУ (кроме: «джинсы»), в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ (таких как: «продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями»), заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно вида заявленных товаров и связанных с ними услуг и, следовательно, не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении части заявленных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, в результате проведения экспертизы заявленного обозначения установлено, что оно не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения:

- с товарным знаком «DOLPHIN» (св-во № 546612, с приоритетом от 23.09.13), зарегистрированным на имя Грошева И.В., 125464, Москва, Пятницкое ш., 8, кв.135, в отношении однородных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ;

- с товарным знаком «DOLPHIN FACTORY» (св-во № 933321, с приоритетом от 29.12.21), зарегистрированным на ООО «Спортивные технологии», 613048, Кировская область, г. Кирово-Чепецк, ул. Мелиораторов (Пригородный кв-л), 3, в отношении однородных товаров 25 классов МКТУ;

- с товарным знаком «DOLPHIN SPORT CLUB» (заявка № 2022764807, с приоритетом от 13.09.2022, делопроизводство не завершено), заявленным на ООО "СИЦИЛТЕХНОПЛЮС", 141071, Московская область, г. Королёв, Болшевское ш., 35А, пом. 92, 3, в отношении однородных товаров 25 классов МКТУ;

- с товарным знаком «DOLPHIN» (св-во № 370827, с приоритетом от 15.11.2006), зарегистрированным на ООО "Энергия", 198096, Санкт-Петербург, ул.Маринеско, 3, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «DELFIN» (св-во № 281457, с приоритетом от 19.09.2003), зарегистрированным на "ЮС Бостон Инвестмент Корпорейшн", 4, Йоланд Роуд, Маблехэд, МА, 01945, Соединенные Штаты Америки, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В возражении на решение Роспатента изложено следующее:

- заявленное обозначение «DOLPHIN JEANS» является единой композицией и деление её на какие-либо элементы является неверным;

- в силу изложенного нет никаких фактических оснований полагать, что элемент «JEANS» в составе заявленного обозначения, может указывать на определенный вид товара, а также, что регистрация заявленного обозначения на все заявленные товары и услуги, может ввести потребителя в заблуждение относительно вида заявленных товаров и услуг;

- такого понятия как «DOLPHIN JEANS» нет, поскольку оно не зафиксировано в словарях, сети Интернет, следовательно, не может являться видом товаров или услуг;

- учитывая вышесказанное, очевиден вывод, что элемент «DOLPHIN JEANS» является фантазийным, так как нет никаких фактических оснований полагать, что, входящий в состав обозначения элемент «JEANS» указывает на определенный вид товара;

- словесный элемент «DOLPHIN» в сочетании с элементом «JEANS», создает оригинальное словосочетание, которое не воспринимается как отдельная фонетическая или смысловая единица «JEANS», а приобретает другое смысловое значение и воспринимается как словосочетание «DOLPHIN JEANS»;

- словесный элемент «JEANS» имеет различные значения и переводы, например, слово «JEANS» может означать – «джин» (женское имя) или «рабочий костюм, легкая спецодежда» и др.;

- таким образом, заявленное обозначение «DOLPHIN JEANS» переводится и воспринимается потребителем как «рабочий костюм дельфина» или «спецовка дельфина»;

- вышеуказанное подтверждает, что, входящий в состав заявленного обозначения элемент «JEANS», не указывает на вид товаров, так как является фантазийным;

- резюмируя изложенное, заявленное обозначение «DOLPHIN JEANS» является единой композицией и состоит из элементов, образующих комбинацию, которая, в целом, обладает характеристиками фантазийного обозначения, а соответственно не может указывать на определенный вид товара, и его регистрация не может ввести потребителя в заблуждение относительно вида заявленных товаров и услуг;

- существуют регистрации товарных знаков, где элемент «JEANS» в сочетании с другими элементами, признан охраняемым для широкого перечня товаров 25 класса МКТУ;

- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки и обозначение по заявке №2022764807 являются не сходными по фонетическому, семантическому и графическому критериям;

- словесные элементы сопоставляемых обозначений отличаются фонетически, так как имеют разное звучание, состоят из разного количества слов, звуков и слогов;

- отсутствует семантическое сходство сравниваемых обозначений, поскольку у словесных элементов наблюдаются совершенно разные смысловые значения.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Изучив материалы дела и выслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (29.11.2022) поступления заявки №2022785981 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс

и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 482 (далее - Правила).

В соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Указанные в пункте 34 Правил элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения (пункт 35 Правил).

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

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо 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 требованиями подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение. Графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание. Смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2022785981 заявлено словесное обозначение «DOLPHIN JEANS», выполненное в одну строку заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ.

Анализ заявленного словесного обозначения показал, что в его состав входят словесные элементы «DOLPHIN» и «JEANS», которые отличаются друг от друга смысловыми значениями, являются независимыми, не образуют единое словосочетание, следовательно, в соответствии с нормативными документами могут рассматриваться коллегией по отдельности.

В соответствии с общедоступными словарно-справочными изданиями (<https://translate.google.com/>; <https://dic.academic.ru/>; <https://www.lingvolive.com/>) словесные элементы заявленного обозначения в переводе с английского языка на русский язык имеют следующие значения: слово «DOLPHIN» - дельфин - морское млекопитающее животное из разряда китообразных; слово «JEANS» - джинсы – мужские или женские брюки из плотной хлопчатобумажной ткани, окрашенной индиго, дающим на хлопке глубокий бархатистый цвет, а также иными красителями в голубой, черный и др. цвета.

На основании изложенного коллегия установила, что в силу смыслового значения словесный элемент «JEANS» заявленного обозначения в отношении заявленных товаров 25 класса МКТУ, относящихся к одежде, обуви и головным уборам, услуг 35 класса МКТУ, связанных с рекламой, продвижением, снабжением, реализацией товаров, будет являться неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладает различительной способностью, указывает на вид, состав товаров и связанных с ними услуг.

Кроме того, словесный элемент «JEANS» заявленного обозначения, являясь описательным для заявленных товаров 25 класса МКТУ, части вышеуказанных услуг 35 класса МКТУ, в отношении иных услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; 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; 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 связей с общественностью; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; 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 подписки на газеты для третьих лиц;


оценка коммерческой деятельности; 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; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; регистрация данных и письменных сообщений; 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 консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки;

услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги копирайтеров; аромабрендинг; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; опросы социологические; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; тимбилдинг; услуги бизнес – инкубаторов; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги секретарские; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; проведение коммерческих мероприятий; предоставление информации телефонных справочников; подготовка исследований рентабельности бизнеса; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; маркетинг влияния; аренда кассовых аппаратов» будет являться ложным или способным ввести потребителей в заблуждение относительно вида и назначения оказываемых услуг, в связи с чем не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, заявленное обозначение не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку входящий в его состав словесный элемент «JEANS», в отношении вышеуказанных услуг 35 класса МКТУ будет порождать в сознании потребителя представления об определенном виде и назначении услуг, которые не соответствуют действительности.


Относительно доводов экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, коллегия указывает следующее.



По противопоставленному обозначению «» по заявке №2022764807 (1) вынесено решение о регистрации товарного знака в отношении услуг 44 класса МКТУ и присвоен номер регистрации №1007051. С учетом того, что правовая охрана товарного знака предоставлена в отношении услуг 44 класса МКТУ, которые не являются однородными заявленным товарам и услугам 25, 35 классов МКТУ, противопоставление в виде товарного знака по свидетельству №1007051 может быть снято.


Противопоставленный товарный знак по свидетельству №546612 (2)



представляет собой комбинированное обозначение «», включающее вытянутый по горизонтали прямоугольник, в верхней части которого размещено стилизованное изображение двух дельфинов, в нижней части расположен словесный элемент «DOLPHIN», выполненный заглавными буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №933321 (3) представляет собой словесное обозначение «DOLPHIN FACTORY», выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 25 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №370827 (4)

представляет собой комбинированное обозначение «», включающее стилизованное изображение двух дельфинов и словесный элемент «dolphin», выполненный строчными буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №281457 (5) представляет собой словесное обозначение «DELFIN», выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Следует отметить, что в противопоставленных товарных знаках (2, 4) основными индивидуализирующими элементами являются словесные элементы «DOLPHIN» и «dolphin», которые легче запоминаются и именно на них в первую очередь акцентируется внимание потребителей.

В заявленном обозначении словесные элементы «DOLPHIN» и «JEANS» являются независимыми друг от друга, поэтому экспертиза проводится по каждому словесному элементу отдельно. В силу того, что словесный элемент «JEANS», как отмечено выше, является слабым неохраноспособным элементом обозначения, немаловажную функцию несет в себе словесный элемент «DOLPHIN», участвующий при восприятии всего обозначения в целом.

Таким образом, анализ сходства словесного элемента «DOLPHIN» заявленного обозначения и словесных элементов «DOLPHIN», «DOLPHIN», «dolphin», «DELFIN» противопоставленных товарных знаков (2-5) показал следующее.

Словесный элемент «DOLPHIN» заявленного обозначения полностью фонетически и семантически входит в состав противопоставленных товарных знаков (3, 4), содержащих словесный элемент «DOLPHIN» и «dolphin». Как было указано выше, словесный элемент «DOLPHIN» в переводе с английского языка на русский язык означает «дельфин», в связи с чем сравниваемые обозначения следует

признать сходными также по семантическому признаку сходства, в силу одинаково заложенных в них понятий и идей.

По правилам английского языка словесные элементы «DOLPHIN» заявленного обозначения и «DOLFHN» противопоставленного товарного знака (2) имеют одинаковое прочтение [долфин] и отличаются лишь в одной букве [P] и [F]. В этой связи коллегия сделан вывод о фонетическом сходстве сравниваемых обозначений. Словесный элемент «DELFIN» противопоставленного товарного знака (5) прочитывается как [делфин], в силу чего имеет место близкое его звучание со словесным элементом «DOLPHIN» заявленного обозначения. Более того, фонетическое сходство обеспечивается наличием близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, близостью звуков, составляющих обозначения, одинаковым расположением близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, местом совпадающих звукосочетаний в составе обозначений, близостью состава гласных и согласных звуков.

На основании изложенного, коллегия пришла к выводу о высокой степени сходства сравниваемых словесных элементов сопоставляемых обозначений.

Отсутствие сведений о семантике словесных элементов «DOLFHN» и «DELFIN» противопоставленных товарных знаков (2, 5) не позволяет коллегии провести анализ по семантическому признаку сходства. Вместе с тем, в противопоставленном товарном знаке (2) словесный элемент «DOLFHN», выполненный совместно со стилизованным изображением дельфинов, может трактоваться средним российским потребителем в значении «дельфин».

Графически словесные элементы сопоставляемых обозначений являются сходными, поскольку выполнены заглавными буквами латинского алфавита. При этом коллегия указывает, что, в данном случае, визуальный признак сходства не является определяющим, поскольку заявленное обозначение является словесным и выполнено без каких-либо оригинальных графических элементов.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о сходстве сопоставляемых знаков и ассоциировании их друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

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

Сравнительный анализ однородности заявленных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ и товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки (2-5), показал следующее.

Заявленные товары 25 класса МКТУ следует признать однородными товарам 25 класса МКТУ, указанным в перечне противопоставленных товарных знаков (2, 3), поскольку сопоставляемые товары соотносятся друг с другом как род-вид, объединены родовыми понятиями «одежда, обувь и головные уборы», имеют одинаковые условия реализации и круг потребителей.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; исследования в области бизнеса; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; изучение рынка; исследования маркетинговые; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; 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; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги административные по

переезду предприятий; услуги коммерческого лоббирования; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листовок; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях»; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; услуги бизнес – инкубаторов; организация торгово-закупочной деятельности; проведение аукционов; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги лидогенерации; услуги консультационные по управлению бизнесом; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; продвижение товаров через лидеров мнений; проведение коммерческих мероприятий; подготовка исследований рентабельности бизнеса; написание рекламных текстов; маркетинг влияния; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации» являются однородными

услугам 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; продажа розничная или оптовая; продвижение товаров для третьих лиц; услуги магазинов оптовой и розничной продажи товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака (2), услугам 35 класса МКТУ «услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами)» противопоставленного товарного знака (4), услугам 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба, в том числе: продвижение товаров для третьих лиц» противопоставленного товарного знака (5), поскольку сопоставляемые услуги характеризуются общей родовой и видовой принадлежностью, имеют общие потребительские свойства и функциональное назначение, являются взаимодополняемыми либо взаимозаменяемыми, обладают общим кругом потребителей.

Остальные заявленные услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; анализ себестоимости; 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; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; исследования конъюнктурные; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; 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 подписки на газеты для третьих лиц; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск

поручителей; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; регистрация данных и письменных сообщений; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление деятельностью внештатных сотрудников; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; опросы социологические; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; тимбилдинг; услуги секретарские; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; предоставление информации телефонных справочников; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; аренда кассовых аппаратов» не являются однородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков (2, 4, 5), поскольку различаются видами оказываемых услуг, назначение, кругом потребителей.

С учетом вышеизложенного, коллегия пришла к выводу о том, что заявленное обозначение в отношении товаров 25 класса МКТУ, части вышеперечисленных услуг 35 классов МКТУ, не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 19.01.2024, оставить в силе решение Роспатента от 26.11.2023.