


по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью 4 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 27.08.2022, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ВЫБЕРУ.РУ», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) на решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021765917, при этом установлено следующее.



Обозначение «  » по заявке №2021765917, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 08.10.2021, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 09, 16, 35, 36, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 19.07.2022 принято решение об отказе в государственной регистрации (далее – решение Роспатента) обозначения по заявке №2021765917 в отношении всех заявленных товаров и услуг. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому Включенные в состав заявленного обозначения буквы «VBR» не имеют словесного характера и оригинального графического


исполнения и в целом не обладают различительной способностью, в связи с чем являются неохраняемыми на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Включенный в состав заявленного обозначения элемент «RU» является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, так как представляет собой код ВОИС РФ, используемый также для адреса сервера Интернета (см. Справочник стран и территорий - ISO-3166).

Поскольку в заявленном комбинированном обозначении неохраняемые элементы занимают доминирующее положение, то оно не может быть зарегистрировано на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с



товарным знаком «» по свидетельству № 654557 (с приоритетом 19.07.2017 г.), на имя ООО «ВБР», Санкт-Петербург, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 27.08.2022 поступило возражение, в котором заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента.

Доводы заявителя сводятся к следующему:

- элемент «vbr» имеет характерное графическое исполнение, поскольку он выполнен оригинальными, специально нарисованными буквами синего цвета, буквы не относятся к стандартным шрифтам латинского алфавита, являются достаточно яркими и визуально запоминающимися для потребителя;

- наличие характерного графического исполнения не дает правовых оснований отнести элемент «vbr» к категории обозначений, не обладающих различительной способностью;

- справочник стран и территорий - ISO-3166, на который ссылается экспертиза, содержит указание на «RU» - код ВОИС РФ, используемый

также для адреса сервера Интернета, этот код выполняется заглавными буквами стандартным латинским шрифтом, между тем, в заявленном обозначении элемент «ru» выполнен оригинальными, специально нарисованными буквами синего цвета. Эти буквы не относятся к стандартным шрифтам латинского алфавита. В силу своего оригинального исполнения они значительно отличаются от стандартного указания кода ВОИС – «RU»;

- для восприятия элемента «ru» как указания на русскоязычную доменную зону необходимо наличие точки, отделяющей его от основного доменного имени – «.ru». Отсутствие в заявленном обозначении такой точки не дает основания для восприятия элемента «ru» как указания на доменную зону;

- экспертизой не была дана оценка доводам заявителя о том, что соединение элементов «vbr» и «ru» в заявленном обозначении в единое обозначение «vbrru», как раз и представляет собой необычное, оригинальное сочетание;

- центральным элементом обозначения является оригинальный графический элемент в виде стилизованного изображения кисти руки, от указательного пальца которой расходятся оранжевые лучи. Этот элемент является крупным, оригинальным по графическому исполнению, а также обладающим самостоятельным семантическим значением (рука и оранжевые лучи), в силу чего он хорошо запоминается и узнается при визуальном восприятии;

- в случае признания элементов «vbr» и «ru» неохраняемыми, заявленное обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака с указанием неохраняемых элементов;

- заявленное обозначение активно используется заявителем для целей индивидуализации оказываемых им услуг по предоставлению деловой и финансовой информации и является хорошо известным для потребителя, что подтверждается представленными документами;

- проект «Выберу.ру» на домене <https://www.vbr.ru> активно работает с 2015 г. и за время своей деятельности приобрел высокую популярность у потребителей;

- заявленное обозначение приобрело широкую известность применительно к деятельности заявителя по производству заявленных товаров и услуг, что также подтверждает наличие у него различительной способности;

- заявитель указывает на отсутствие фонетического сходства заявленного обозначения, которое имеет произношение [-ВЭ-БЭ-ЭР- РУ] и противопоставленного товарного знака, который произносится как [-ВЭ-БЭ-ЭР];

- услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак, являются однородными только в части услуг 35 класса МКТУ, включенных в заявку. Он не препятствует регистрации заявленного обозначения в отношении остальных услуг 35 класса МКТУ;

- признание экспертизой сходного элемента «vbr» неохраняемым, должно было исключать оценку его сходства с противопоставленным товарным знаком «VBR» при определении сходства обозначений в целом в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ. Охраняемые элементы заявленного обозначения (графическое изображение руки и лучей) не имеют никаких признаков сходства с противопоставленным товарным знаком.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать обозначение в качестве товарного знака по заявке №2021765917 в отношении всех заявленных товаров и услуг.

При этом в возражении, заявитель ссылается на документы, содержащиеся в материалах заявки, представленные на стадии экспертизы, а именно:

1. Скриншот страниц сайта <https://www.vbr.ru>;

2. Распечатка информации с сайта регистратора доменных имен о домене vbr.ru;
3. Скриншот страниц сайта https://monavista.ru/news/proekt_vyberu.ru_poluchil_premiyu_runeta_za_pobedu_v_nominacii_ekonomika_i_/;
4. Скриншот страниц сайта <http://archive.premiaruneta.ru/about/archive/premia-2017>.

Изучив материалы дела, выслушав представителя лица, подавшего возражение, коллегия установила следующее.

С учетом даты (08.10.2021) поступления заявки №2021765917 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 государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью.

Положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые: 1) приобрели различительную способность в результате их использования; 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

В соответствии с пунктом 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.

Согласно пункту 35 Правил, указанные в пункте 34 Правил, элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В соответствии с пунктом 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 пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с положениями пункта 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.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) 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;

2) 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;

3) 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 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).



Заявленное обозначение «  » по заявке №2021765917 представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из изобразительного элемента в виде руки и пяти коротких линий, а также букв «vbr» и элемента «ru», выполненных буквами латинского алфавита.

Правовая охрана испрашивается в отношении товаров и услуг 09, 16, 35, 36, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Анализ вышеуказанного обозначения показал, что заявленное обозначение состоит из латинских букв «vbr» и элемента «ru», которые

разделены графическим элементом в виде стилизованного изображения руки от указательного пальца которой отходят короткие прямые линии.

Следует согласиться с мнением экспертизы относительно того, что буквенный элемент «ru» не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой код ВОИС РФ, используемый также для адреса сервера Интернета (см. Справочник стран и территорий - ISO-3166), на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Довод заявителя относительно того, что данный элемент ввиду отсутствия знака «.» не может восприниматься как указание на доменную зону носит голословный характер и не подтвержден материалами дела. При этом в состав заявленного обозначения входит изобразительный элемент, который пространственно отделяет данный элемент от букв «vbr», что приводит к вероятности восприятия элемента «ru» в качестве указания на доменную зону. Кроме того, следует отметить, что заявителем представлены сведения о том [2], что обозначение «vbr.ru» используется им в качестве доменного имени.

Анализ заявленного обозначения показал, что оно также состоит из согласных букв «vbr», не имеющих словесного характера, не образующих какое-либо слово. При этом, следует отметить, графическое исполнение данных букв нельзя признать оригинальным, поскольку такое исполнение не приводит к каким-либо иным ассоциациям кроме как буквенному обозначению. Исполнение данных букв в цвете (синем) не привносит дополнительной отличительной функции, поскольку цвет не несет сам по себе индивидуализации.


Таким образом, сочетание буквенных элементов, выполненных в синем цвете, в знаке не образуют какую-либо оригинальную и запоминающуюся композицию, отличную от аббревиатуры, позволяющую отличать данное обозначение от других обозначений.

В этой связи очевидно, что элемент «vbr» обозначения по заявке №2021765917 не способен выполнять основную свою функцию, а именно, индивидуализировать товары и услуги заявителя, что свидетельствует о правомерности вывода экспертизы о несоответствии заявленного обозначения пункту 1 статьи 1483 Кодекса.

Представленных заявителем документов, доказывающих, по его мнению, различительную способность заявленного обозначения, недостаточно для подтверждения того, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в отношении заявителя.

Указанный вывод обосновывается тем, что из представленной заявителем информации, а именно сведений о зарегистрированном на имя заявителя доменном имени не подтверждает использования данного обозначения в качестве маркировки в отношении всех заявленных к регистрации товаров и услуг. Остальные представленные заявителем сведения не содержат и вовсе заявленного обозначения или касаются обозначения «ВЫБЕРУ.РУ».

Вместе с тем, информация, представленная заявителем в материалах возражения, не содержит в себе заявленные товары и услуги, маркированные заявленным обозначением.

В этой связи, заявителем не представлены документально подтвержденные сведения об объемах производства и продаж товаров и услуг, маркированных заявленным обозначением; территории реализации товаров и услуг; длительности и регулярности использования; объеме затрат на рекламу; социологический опрос, а также сведения об информированности потребителя о товарах и услугах заявителя, маркированных знаком «  ».


Таким образом, представленных документов не достаточно для признания заявленным обозначением приобретения различительной способности в результате интенсивного длительного использования до

даты подачи заявки в отношении конкретного перечня товаров и услуг, указанных в заявке.

Коллегией установлено, что неохраноспособные элементы «vbr» и «ги» занимают значительно большее пространственное положение в заявленном обозначении, нежели чем изобразительный элемент. В связи с чем, указанные неохраняемые элементы занимают доминирующее положение и на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса заявленному обозначению в целом не может быть предоставлена правовая охрана.

Анализ заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.



Противопоставленный товарный знак «  » по свидетельству №654557 является изобразительным, содержит графические элементы в виде изображение черного прямоугольника, на фоне которого расположены буквы «VBR», выполненные заглавными буквами латинского алфавита и изобразительные элементы в виде пятиконечной звезды, четырех точек и полос разного размера. Правовая охрана знаку предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака показал, следующее.

В противопоставленном товарном знаке буквосочетание «VBR» является графической частью композиции, в которую также входят и иные охраноспособные изобразительные элементы в виде черного прямоугольника, пятиконечной звезды, четырех точек и полос разного размера.

В заявленном обозначении, как указано выше, доминирующее положение занимают неохраноспособные элементы, в которых отсутствует какая-либо графика, влияющая на индивидуализирующую функцию знака. Заявленное обозначение признано не обладающим различительной способностью. Графический элемент в виде руки не занимает достаточного пространственного положения для признания его индивидуализирующим элементом и сам по себе не может быть признан сходным с противопоставленным товарным знаком ввиду явных графических отличий.

Таким образом, сравниваемые обозначения имеют визуальные отличия и разное цветовое решение, в связи с чем обозначения в целом производят различное общезрительное впечатление, что приводит к отсутствию ассоциирования знаков друг с другом, следовательно, коллегия приходит к выводу о наличии оснований для признания сравниваемых обозначений не сходными.

Анализ однородности услуг 35 класса МКТУ показал следующее.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; 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; исследования конъюнктурные; 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 медиа-средствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа оптовая и розничная товаров; продвижение продаж для третьих лиц; услуги по исследованию рынка; 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; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; 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; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; услуги PPC; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по оптовой и розничной торговле товарами; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»

является однородной таким противопоставленным услугам 35 класса МКТУ как «в отношении указанных товаров 04 и 34 классов демонстрация товаров; маркетинг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение товаров (для третьих лиц), в том числе услуги оптовой и розничной продажи товаров, продажа по каталогам и предварительным заказам, через магазины, Интернет-магазины, торговые дома, рынки, торговые центры, супермаркеты, автосалоны; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек; прокат торговых стендов; публикация рекламных текстов; радиореклама; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; телемаркетинг; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами)», поскольку являются тождественными позициями, либо соотносят как род-вид услуг (услуги по продвижению и распространению товаров и услуг) имеют одно и то же назначение (доведение товара/услуги до конечного потребителя), один круг потребителей и условия реализации.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ «предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление деловой информации; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях; согласование деловых контрактов для третьих лиц» является однородной таким противопоставленным услугам 35 класса МКТУ как «предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов», поскольку

являются тождественными позициями, либо соотносят как род-вид услуг (услуги по предоставлению деловой информации) имеют одно и то же назначение, один круг потребителей и условия реализации.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«услуги административные по переезду предприятий; управление гостиничным бизнесом»* являются однородными, поскольку тождественные.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«ведение автоматизированных баз данных; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации через веб-сайты; регистрация данных и письменных сообщений; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги по оптимизации трафика веб-сайта»* является однородной таким противопоставленным услугам 35 класса МКТУ как *«услуги по поисковой оптимизации Интернет-сайта; предоставление деловой информации через веб-сайты»*, поскольку являются тождественными позициями, либо соотносят как род-вид услуг (услуги по сбору и систематизации информации во всемирной сети) имеют одно и то же назначение, один круг потребителей и условия реализации.

Коллегия отмечает, ввиду отсутствия сходства между сравниваемыми обозначениями, вероятность смешения вышеуказанных услуг в гражданском обороте отсутствует.

Вместе с тем, следует отметить, что часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; 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 бухгалтерских документов;*

выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; исследования в области бизнеса; 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; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обработка текста; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; 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; управление процессами обработки заказов товаров; услуги коммерческого лоббирования; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для

отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» не является однородной противопоставленным услугам 35 класса МКТУ, поскольку не соотносится с противопоставленными услугами 35 класса МКТУ по роду и виду услуг, отличается назначением.

Таким образом, коллегия приходит к выводу о соответствии заявленного обозначения 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 27.08.2022, оставить в силе решение Роспатента от 19.07.2022.