


**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  возражения  заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, рассмотрела возражение, поступившее 09.09.2019, поданное Акционерным обществом «КОРПОРАЦИЯ «ГРИНН», г. Орел (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2018703441, при этом установлено следующее.

**ЛИНИЯ**

Комбинированное обозначение «**ГИПЕРМАРКЕТ**» по заявке № 2018703441, поданной 31.01.2018, было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака (знака обслуживания) на имя заявителя в отношении услуг 35 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), приведенных в перечне заявки.

Роспатентом 07.05.2019 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2018703441 в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ по причине несоответствия заявленного обозначения требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса. Заключение, являющееся неотъемлемой частью решения Роспатента, мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с:

- товарными знаками «ЛИНИЯ» и «» по свидетельствам №№ 628225 и 621780 (приоритеты от 18.03.2016, от 16.06.2003), принадлежащими иному лицу, зарегистрированными в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- товарным знаком «**ЛИНИЯ**» по свидетельству № 409787 (приоритет от 12.09.2008), принадлежащим иному лицу, зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

Кроме того, установлено, что словесный элемент «ГИПЕРМАРКЕТ» является неохраняемым элементом обозначения по основаниям, предусмотренным пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 09.09.2019 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 07.05.2019.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявитель согласен с мнением экспертизы по поводу описательного характера слова «ГИПЕРМАРКЕТ» и просит включить его в состав товарного знака в качестве неохраняемого элемента;

- заявитель просит исключить из перечня заявленных услуг следующие рубрики: *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; 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]; комплектование штата сотрудников; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; консультации по управлению персоналом; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; 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; оптовая продажа непродовольственных товаров; оптовая продажа продовольственных товаров; 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 коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; 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; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; 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 программами часто путешествующих; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая»;*

- в отношении части из названных услуг действует регистрация № 409787, а другая часть определяет услуги, которые заявитель не собирается оказывать с использованием заявляемого обозначения;

- противопоставление товарного знака «ЛИНИЯ» по свидетельству № 409787 может быть снято, поскольку услуги не однородны;

- в отношении противопоставленных знаков «Линия» по свидетельствам № 621780, № 628225, заявитель не усматривает сходства с ними заявленного обозначения до степени смешения;

- заявитель, начиная с 06.12.2002, использует коммерческие обозначения «СУПЕРМАРКЕТ ЛИНИЯ» и «ГИПЕРМАРКЕТ ЛИНИЯ», то есть раньше приоритета (18.03.2016) товарного знака «ЛИНИЯ» по свидетельству № 628225 и раньше приоритета (16.06.2003) товарного знака «ЛИНИЯ» по свидетельству № 621780;

- обозначения «СУПЕРМАРКЕТ ЛИНИЯ», «ГИПЕРМАРКЕТ ЛИНИЯ» используются заявителем для индивидуализации услуг *«розничная продажа непродовольственных товаров, розничная продажа продовольственных товаров, неспециализированная розничная продажа, оптовая продажа непродовольственных товаров, оптовая продажа продовольственных товаров, неспециализированная*

*оптовая продажа, демонстрация товаров; снабженческие услуги для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами), организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих целях; продажа аукционная; сбыт товаров через посредников; коммерческие операции, связанные с оптовой и розничной продажей; услуги по сбору и группированию (за исключением транспортировки) в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителям; услуги оптовой и розничной продажи; магазины по оптовой и розничной продаже; оптовая и розничная продажа; дистанционная продажа товаров потребителям»;*

- в своем решении от 25 декабря 2018 года по делу № А48-7592/2018 Арбитражный суд Орловской области установил обстоятельства, связанные с использованием заявителем обозначений «СУПЕРМАРКЕТ ЛИНИЯ», «ГИПЕРМАРКЕТ ЛИНИЯ» для индивидуализации названных услуг;

- доказательства такого использования представляются также с настоящим возражением;

- к моменту 09.10.2018, когда Ибатуллиным Азаматом Валерьяновичем приобретались права на товарные знаки «ЛИНИЯ» по свидетельствам №№ 621780 и 628225, потребители на основании предшествующего 16-ти летнего опыта знали только заявителя как лица, оказывающего услуги 35 класса МКТУ с использованием обозначения «ЛИНИЯ»;

- у среднего российского потребителя обозначение «ЛИНИЯ» ассоциируется только с одним лицом, оказывающим услуги 35 класса МКТУ: с заявителем по настоящей заявке;

- Арбитражный суд Орловской области в своем решении 25 декабря 2018 года по делу № А48-7592/2018 указал, что «начиная с 06.12.2002 АО «Корпорация «ГРИНН» принадлежит исключительное право на коммерческое обозначение «ЛИНИЯ», возникшее ранее даты приоритета товарного знака истца «Линия» по свидетельству № 628225. АО «Корпорация «ГРИНН» в своей деятельности непрерывно, начиная с 06.12.2002 по настоящее время, использует коммерческое обозначение «ЛИНИЯ». Девятнадцатый арбитражный апелляционный суд в своем

постановлении от 16 апреля 2019 года по делу № А48-7592/2018 подтвердил данный вывод. Суд по интеллектуальным правам своим постановлением от 28.06.2019 оставил в силе решение Арбитражного суда Орловской области от 25.12.2018 и постановление Девятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 16.04.2019 по делу № А48-7592/2018;

- противопоставление товарных знаков «ЛИНИЯ» по свидетельствам №№ 621780, 628225 заявленному обозначению неправомерно.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 07.05.2019 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2018703441 в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ: *«агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; дистанционная продажа товаров потребителям; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; коммерческие операции, связанные с оптовой и розничной продажей; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; магазины по оптовой и розничной продаже; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; неспециализированная розничная продажа; неспециализированная оптовая продажа; обновление рекламных материалов; оптовая и розничная продажа; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; помощь в управлении бизнесом; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; прокат рекламных щитов; прокат*

*торговых стендов/прокат торговых стоек; радиореклама; расклейка афиш/реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; сбор и предоставление статистических данных; розничная продажа непродовольственных товаров; розничная продажа продовольственных товаров; службы консультативные по управлению бизнесом; управление бизнесом временное; управление гостиничным бизнесом; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги интернет-магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги оптовой и розничной продажи; услуги по исследованию рынка; услуги по сбору и группированию (за исключением транспортировки) в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителям; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»/услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]».*

К возражению приложены следующие материалы:

(1) копия Устава ЗАО «Корпорация «ГРИНН», 2002 г.;

(2) распечатка сведений из Единого государственного реестра юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ) в отношении заявителя;

(3) копия штатного расписания от 01.01.2003 и копии трудовых книжек работников, приказов о приеме на работу;

(4) копии страниц печатных изданий «Друг для друга» (2002, 2003, 2004 гг.), «Курский Вестник» (2002 г.);

(5) скриншоты видео-сюжета;

(6) копия справки Администрации Курской области, 2018 г.;

(7) копии дипломов, благодарственных писем и свидетельств;

(8) перечень магазинов торговой сети «ЛИНИЯ»;

(9) копии договоров, 2002-2003 гг.;

- (10) копия письма комитета потребительского рынка, 2018 г.;
- (11) копии бухгалтерских документов, сведения о размере среднего чека;
- (12) копии решения Арбитражного суда Орловской области, постановления Девятнадцатого арбитражного апелляционного суда по делу № А48-7592/2018;
- (13) копия материалов заявки № 2018703441;
- (14) копия решения Роспатента от 07.05.2019 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2018703441;
- (15) распечатки сведений о товарных знаках по свидетельствам №№ 628225, 621780, 409787.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 18.02.2020, заявителем представлены дополнительные материалы, а именно:

- (16) копия решения Роспатента от 29.11.2019 о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 628225 в отношении услуг 35 класса МКТУ.

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

С учетом даты (31.01.2018) поступления заявки № 2018703441 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 20.07.2015 № 482 (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившим в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;



2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

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.

Согласно пункту 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

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

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.

В соответствии с пунктом 42 Правил 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 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).

**ЛИНИЯ**

Заявленное обозначение «**ГИПЕРМАРКЕТ**» по заявке № 2018703441 является комбинированным, состоит из словесных элементов «ЛИНИЯ» и «ГИПЕРМАРКЕТ», выполненных заглавными буквами русского алфавита в две строки и разделенных графическим элементом в виде горизонтальной черты. Обозначение выполнено в белом, синем и красном цветовом сочетании. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении услуг 35 класса МКТУ, перечисленных в возражении.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 628225 (приоритет от 18.03.2016) представляет собой словесное обозначение «ЛИНИЯ», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Данный товарный знак был зарегистрирован в отношении услуг 35 и 36 классов МКТУ. Впоследствии в соответствии с записью Госреестра от 29.11.2019 правовая охрана товарного знака по свидетельству № 628225 признана недействительной в отношении всех услуг 35 класса МКТУ, ее действие сохранено в отношении услуг 36 класса МКТУ *«сдача в аренду недвижимого имущества, страхование; финансовая деятельность; кредитно-денежные операции; операции с недвижимостью»* (бюллетень № 23/2019).

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 621780 (приоритет от 16.06.2003) представляет собой комбинированное обозначение «ЛИНИЯ»

со словесным элементом «ЛИНИЯ», первая буква «Л» которого выполнена в виде изобразительного элемента треугольной формы. Регистрация данного товарного знака произведена в результате договора об отчуждении исключительного права на товарный знак по свидетельству № 290972 в отношении части товаров/услуг (№ РД0226672, 30.06.2017). Правовая охрана данного товарного знака действует в отношении услуг 35 класса МКТУ – *«продвижение товаров для третьих лиц, снабженческие услуги для третьих лиц (закупка товаров и услуги предприятиям)»*.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 409787 (приоритет от 12.09.2008) представляет собой словесное обозначение «**ЛИНИЯ**», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана данного товарного знака действует в отношении товаров и услуг 09, 35, 37, 39, 40 и 42 классов МКТУ, приведенных в перечне свидетельства.

Анализ сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков показал следующее.

В заявленном обозначении основным элементом является словесный элемент «ЛИНИЯ», поскольку именно он способствует осуществлению обозначением индивидуализирующей функции. Слово «ГИПЕРМАРКЕТ» (магазин с площадью свыше 20 тысяч кв. м, с высокой степенью механизации и автоматизации погрузочно-разгрузочных работ, предназначенный для продажи сравнительно больших партий товаров в контейнерных упаковках производителя, см. <http://www.glossary.ru>) характеризует изготовителя заявленных услуг (лицо, оказывающее услуги) 35 класса МКТУ, как оказываемых торговым предприятием. Ввиду своего периферического положения данный словесный элемент может быть признан неохраняемым элементом товарного знака на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Следует отметить, что при сравнительном анализе учитывается сходство именно сильных элементов.

Противопоставленные товарные знаки в качестве единственного индивидуализирующего элемента содержат словесный элемент «ЛИНИЯ», который фонетически и семантически тождественен основному элементу заявленного

обозначения «ЛИНИЯ ГИПЕРМАРКЕТ», что свидетельствует о фонетическом и смысловом сходстве сравниваемых обозначений.

Графический критерий сходства имеет в данном случае второстепенное значение ввиду превалирования фонетического и смыслового признаков. При этом выполнение всех словесных элементов буквами русского алфавита визуально сближает заявленное обозначение с противопоставленными товарными знаками.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки являются сходными, поскольку ассоциируются в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Что касается однородности услуг, в отношении которых испрашивается регистрация заявленного обозначения, и услуг, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки, то коллегией установлено следующее.

Перечень свидетельства № 628225, как указано ранее (16), более не содержит услуг 35 класса МКТУ. Следовательно, согласно оспариваемому решению товарный знак по свидетельству № 628225 не является препятствием для регистрации заявленного обозначения, его противопоставление может быть снято.

*Заявленные услуги «агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; обновление рекламных материалов; организация выставок в рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; посредничество коммерческое [обслуживание]; прокат рекламных щитов; радиореклама; расклейка афиш/реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная;*

*реклама почтой; сбор и предоставление статистических данных; услуги манекенищиков для рекламы; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"/услуги PPC» однородны по роду (виду), назначению, условиям оказания услугам «обзоры печати; обновление рекламных материалов; организация подписки на газеты [для третьих лиц]; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; репродуцирование документов», указанным в свидетельстве № 409787. Названные услуги, зачастую, оказываются совместно, по своей природе имеют общий источник происхождения. Регистрация заявленного обозначения, основной индивидуализирующий элемент которого воспроизводит противопоставленный товарный знак по свидетельству № 409787, в отношении перечисленных услуг, не может быть признана соответствующей пункту 6 статьи 1483 Кодекса.*

*Заявленные услуги «агентства по импорту-экспорту»<sup>1</sup>; демонстрация товаров; дистанционная продажа товаров потребителям; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; коммерческие операции, связанные с оптовой и розничной продажей; магазины по оптовой и розничной продаже; неспециализированная розничная продажа; неспециализированная оптовая продажа; оптовая и розничная продажа; организация выставок в коммерческих целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; прокат торговых стенов/прокат торговых стоек; розничная продажа непродовольственных товаров; розничная продажа продовольственных товаров; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги интернет-магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; услуги манекенищиков для продвижения товаров; услуги оптовой и розничной продажи;*

---

<sup>1</sup> Услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту экспорту» представляют собой деятельность по осуществлению международной торговли. Импорт и экспорт – ввоз или вывоз товаров для последующей их реализации (решение Суда по интеллектуальным правам от 23 января 2019 г. по делу № СИП-747/2018).

*услуги по сбору и группированию (за исключением транспортировки) в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителям; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]*» представляют собой услуги, связанные с увеличением спроса на товары третьих лиц, а также с их реализацией. Указанные группы услуги относятся к понятию «*продвижение товаров для третьих лиц*», в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак по свидетельству № 621780, что является основанием для признания данных услуг однородными по их назначению и роду.

Таким образом, заявленное обозначение является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 621780 в отношении однородных услуг, следовательно, наличие сходного товарного знака с более ранним приоритетом, зарегистрированного в отношении родового понятия, не позволяет прийти к выводу о возможности регистрации сходного обозначения в отношении видовых наименований услуг на основании положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем оставшиеся услуги 35 класса МКТУ, для которых испрашивается регистрация заявленного обозначения (*«консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; помощь в управлении бизнесом; службы консультативные по управлению бизнесом; управление бизнесом временное; управление гостиничным бизнесом; услуги по составлению перечня подарков»*), представляют собой бизнес-услуги, связанные с менеджментом. Перечни противопоставленных регистраций не содержат услуг, однородных указанной родовой группе, в связи с чем коллегия не усматривает оснований для вывода о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков для данных услуг.

В отношении доводов заявителя, касающихся наличия у него прав на коммерческое обозначение и возможности учета положений статьи 1252 (пункт 6) Кодекса, коллегия отмечает, что предметом рассмотрения по возражению,

поступившему 09.09.2019, явился анализ правомерности решения Роспатента от 07.05.2019, обоснованного несоответствием заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса. Иные основания коллегией не рассматривались. Поскольку правовая охрана товарных знаков по свидетельствам №№ 409787 и 621780 является действующей, не оспорена, то оснований для данные противопоставления не могут не учитываться.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 09.09.2019, отменить решение Роспатента от 07.05.2019 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2018703441.**