

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой 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 13.02.2020, поданное ООО «ГРАНД», г.Новосибирск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке №2018750878 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.



Обозначение «  » по заявке №2018750878, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 21.11.2018, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 29.11.2019 о государственной регистрации товарного знака в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; 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; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования

конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; маркетинг; маркетинг целевой; 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; 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 [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; прогнозирование экономическое; регистрация данных и письменных сообщений; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации

трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая» с исключением из правовой охраны словесного элемента «обувная компания». В отношении иных услуг 35 класса МКТУ, а также всех товаров 25 класса МКТУ Роспатентом принято решение об отказе в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака (далее – решение Роспатента).

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Словесные элементы «обувная компания» заявленного обозначения являются неохраняемыми на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Заявленное обозначение, включающее вышеуказанные словесные элементы, в отношении иных товаров, которые не может изготавливать обувная компания (например, апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]), а также услуг (например, продажа розничная произведений искусства художественными галереями; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями), будет противоречить требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку фонетически сходно до степени смешения с товарными знаками



«GRANDGUDINI», «ГРАНДГУДИНИ» по свидетельствам №№ 463146, 448743, зарегистрированными на имя Рувинова В.С., 107140, Москва, ул. Краснопрудная, 26, кв. 38, в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 25, 35 классов МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение представляет собой одно неделимое слово, не имеющее самостоятельного значения и являющееся фантазийным. Слово «Grandinini» имеет мягкое звучание, что делает его как фонетически, так и визуально (в том числе по графической манере исполнения) похожим на некое итальянское слово;

- словесный элемент «Grandgudini/Грандгудини» противопоставленных товарных знаков воспринимается потребителями в семантическом значении «великий Гудини», поскольку элемент «Grand» в переводе с разных языков мира означает «великий», слово «Gudini» представляет собой фамилию всемирно известного иллюзиониста;

- сопоставляемые обозначения имеют существенные отличия по фонетике, так как в противопоставляемых товарных знаках логическое ударение падает на часть «Гудини», а в заявленном обозначении ударение падает на предпоследний слог «ni», что характерно для итальянского языка;

- с учетом различной семантики обозначений, выполнения буквами разных алфавитов, различия в ударениях (логических ударений в товарном знаке № 448743 - два, в обозначении по заявке - одно), фонетике, полагаем, что обозначения не сходны до степени смешения для потребителей;

- по информации в сети Интернет правообладатель использует противопоставленные знаки в раздельном написании «Гранд Гудини» и «Grand

Gudini», в связи с чем потребители воспринимают их как словосочетание, в котором доминирует смысловой элемент «Гудини»/«Gudini»;

- слово «GRAND»/«ГРАНД» широко используется в товарных знаках, зарегистрированных в отношении товаров 25 класса МКТУ «обувь», а потому обладает слабой различительной способностью (например, товарный знак «ГРАНД» по свидетельству №600040, товарный знак «LA GRANDEZZA» по свидетельству



№297488, товарный знак «



«GRAND LINE» по свидетельству №666521, товарный знак «Grand Genesis» по



свидетельству №553457, товарный знак «

- заявитель корректирует перечень товаров 25 класса МКТУ до позиций, имеющих отношение к «обувной компании», а именно «ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; ботсы; валенки [сапоги фетровые]; галоши; гамаша [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; каблуки; набойки для обуви; обувь; обувь пляжная; обувь спортивная; окантовка металлическая для обуви; подошвы; полуботинки; полуботинки на шнурках; ранты для обуви; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; союзки для обуви; стельки; тапочки банные; туфли; туфли гимнастические; туфли комнатные; части обуви носочные; шипы для ботс; эспадриллы»;

- заявитель не возражает против исключения услуг 35 класса МКТУ «продажа розничная произведений искусства художественными галереями; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями»;

- таким образом, сопоставляемые обозначения не являются сходными, и потребитель не может быть введен в заблуждение относительно изготовителя товаров и лица, оказывающего услуги.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2018750878 в отношении указанных выше товаров 25 класса МКТУ и ограниченного заявителем перечня услуг 35 класса МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (21.11.2018) поступления заявки №2018750878 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (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. 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, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

В соответствии с пунктом 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 либо его изготовителя.

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

В соответствии с 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 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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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).



Заявленное обозначение « *Grandinini* обувная компания » состоит из словесного элемента «Grandinini», выполненного оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита и расположенного под ним словосочетания «обувная компания», выполненного строчными буквами русского алфавита стандартным шрифтом.

Заявителем испрашивается правовая охрана обозначению в отношении товаров 25 класса МКТУ «ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; ботсы; валенки [сапоги фетровые]; галоши; гамаша [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; каблуки; набойки для обуви; обувь; обувь пляжная; обувь спортивная; окантовка металлическая для обуви; подошвы; полуботинки; полуботинки на шнурках; ранты для обуви; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; союзки для обуви; стельки; тапочки банные; туфли; туфли гимнастические; туфли комнатные; части обуви носочные; шипы для ботс; эспадриллы».

Что касается услуг 35 класса МКТУ, коллегия сообщает следующее.

Экспертиза вынесла решение о регистрации данного обозначения в отношении части вышеперечисленных услуг 35 класса МКТУ.

Таким образом, с учетом исключения из заявленного перечня услуг 35 класса МКТУ позиций, указанных в возражении, и перечня услуг 35 класса МКТУ, в отношении которого экспертизой было отказано в регистрации, коллегия рассматривает следующий перечень услуг 35 класса МКТУ: «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг в части публикаций программного обеспечения;

менеджмент в области творческого бизнеса; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; 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 рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стенов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; 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; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами].

Анализ заявленного обозначения показал, что в его состав входит словесный элемент «обувная компания», являющийся неохраняемым элементом обозначения

на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, в отношении испрашиваемых товаров 25 класса МКТУ и части услуг 35 класса МКТУ, связанных с изготовлением и продажей обуви, поскольку представляет собой видовое наименование организации и указывает на вид деятельности.

Следует указать, что поскольку данный элемент не занимает в заявленном обозначении доминирующего положения, он может быть включен в качестве неохраняемого элемента обозначения.

Вместе с тем, учитывая присутствие в обозначении словесного элемента «обувная компания», указывающего на определенный вид деятельности организации, заявленное обозначение в отношении услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; менеджмент в области творческого бизнеса; 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; производство программ телемагазинов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление программами часто путешествующих, написание текстов рекламных сценариев; аренда площадей для размещения рекламы; агентства рекламные; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; производство рекламных фильмов», не связанных с производством и реализацией обуви, способно ввести потребителя в заблуждение относительно вида оказываемых услуг на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №463146 представляет



собой комбинированное обозначение «», содержащее словесный элемент «GRANDGUDINI», выполненный заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом, под которым проходит дугообразная черта черного цвета и изобразительных элементов в виде зеркально изображенной заглавной буквы «G», окруженной с обеих сторон зеркально изображенных фигурок оригинальной формы. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 25 класса МКТУ «обувь, одежда», услуг 35 класса МКТУ «продвижение товаров [для третьих лиц], а именно обуви, одежды».

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 448743 представляет собой словесное обозначение «ГРАНДГУДИНИ», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 25 класса МКТУ «обувь», услуг 35 класса МКТУ «продвижение товаров [для третьих лиц], в том числе розничной, оптовой продажи обуви».

Сравнительный анализ заявленного товарного знака и противопоставленных товарных знаков показал, что они содержат фонетически близкие элементы «Grandinini/GRANDGUDINI/ГРАНДГУДИНИ». Данные элементы имеют близкое количество звуков, тождественный состав согласных букв, одинаковый состав гласных звуков, расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу. Сопоставляемые обозначения имеют тождественные звуки в начале и конце обозначений «Grand - ini»/«GRAND - INI»/«ГРАНД - ИНИ», небольшое отличие есть в звуках, находящихся в середине обозначений «in»/«GUD»/«ГУД».

Изложенное обуславливает фонетическое сходство сравниваемых обозначений.

Анализ словарных источников (<http://translate.yandex.ru/>) показал, что заявленное обозначение и противопоставленные словесные элементы не являются лексическими единицами какого-либо языка, то есть обозначения в целом являются

фантазийными, что не позволяет провести анализ сравниваемых знаков по семантическому критерию сходства.

Довод заявителя о том, что противопоставленные товарные знаки воспринимаются потребителями в значении «великий Гудини», является не корректным, поскольку словесные элементы выполнены в едином шрифтовом написании, что не позволяет разделить их на две значимые части какого-либо языка.

Что касается использования их в ином написании «Гранд Гудини» и «GRAND GUDINI», необходимо отметить, что сопоставительному анализу на тождество и сходство подвергаются обозначения в том виде, в котором они зарегистрированы или заявлены на регистрацию в качестве товарных знаков.

Словесные элементы заявленного обозначения и товарного знака по свидетельству №463146 выполнены буквами одного алфавита (латинского), что обуславливает их графическое сходство. Выполнение словесного элемента в противопоставленном знаке по свидетельству № 448743 буквами русского алфавита не оказывают существенного влияния на восприятие знаков, в связи с чем эти отличия являются несущественными.

Резюмируя вышеизложенное коллегия пришла к выводу о сходстве сопоставляемых знаков и ассоциировании их друг с другом в целом.

Анализ однородности товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ сравниваемых обозначений, показал следующее.

Испрашиваемые товары 25 класса МКТУ и товары 25 класса МКТУ «обувь, одежда», указанные в перечне противопоставленных регистраций, являются однородными, поскольку объединены родовым понятием «обувь», соотносятся между собой как род/вид (обувь – одежда для ног, защищающая их от холода и своей нижней частью, подошвой, делающая нечувствительным неровности пути («Толковый словарь русского языка» под редакцией Д.Н.Ушакова, 1935-1940 (электронная версия)), имеют одинаковое назначение, условия реализации и круг потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых действует правовая охрана противопоставленных товарных знаков, связана с продвижением товаров различными способами, к которым в том числе, относятся и услуги в области

рекламы. «Реклама» - широкое оповещение о потребительских свойствах товаров и различных видах услуг с целью создания спроса на них. Торговая реклама. Широковещательная реклама. Распространение сведений о ком-, чем-либо с целью создания известности, популярности. (Источник (печатная версия): Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999; (электронная версия): Фундаментальная электронная библиотека).

Таким образом, услуги 35 класса МКТУ противопоставленных регистраций следует признать однородными таким испрашиваемым услугам 35 класса МКТУ, как: «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; макетирование рекламы; обновление рекламных материалов; 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; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; 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; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», поскольку они имеют одинаковые цели (продвижение товаров для третьих лиц), оказываются одними и теми же организациями, имеют один круг потребителей.

Следует учесть, что маркировка однородных товаров и услуг сходными знаками обуславливает возможность возникновения у потребителя представления об их принадлежности одному лицу.

Таким образом, установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных знаков и однородность проанализированных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ позволяют сделать вывод о сходстве сравниваемых знаков до степени смешения.

Примеры регистраций товарных знаков со словесным элементом «GRAND» не могут быть положены в основу вывода об отсутствии сходства сопоставляемых обозначений, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельным самостоятельным порядком с учетом всех материалов и доводов, представленных заявителем.

Учитывая вышеизложенное заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении вышеуказанных испрашиваемых товаров и услуг, поскольку противоречит пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 13.02.2020, оставить в силе решение Роспатента от 29.11.2019.**