


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 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 01.09.2023 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Верещагиной Еленой Петровной, Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022775904, при этом установила следующее.




Обозначение «  » по заявке №2022775904, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 25.10.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.


Роспатентом 23.08.2023 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение

не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пунктов 1, 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное сходно до степени смешения со следующими товарными знаками:


- «» по свидетельству №246409 с приоритетом от 21.05.2002

(срок действия исключительного права продлен до 21.05.2032) и «» по свидетельству №568261 с приоритетом от 04.02.2014, зарегистрированными на имя ООО «Технология общественного питания», Иркутская область, г. Ангарск, в отношении однородных услуг 43 класса МКТУ;

- «**МАХ**» по свидетельству №142393 с приоритетом от 25.08.1993 (срок действия исключительного права продлен до 25.08.2023), «» по свидетельству №522115 с приоритетом от 06.09.2012 (срок действия исключительного права продлен до 06.09.2032), зарегистрированным на имя МАКС Хамбургерресторангер Актиеболаг, Швеция, в отношении однородных услуг 43 класса МКТУ;

- «МАХ» по международной регистрации №497804, зарегистрированным МБ ВОИС 31.10.1985 (срок действия исключительного права продлен до 31.10.2025), правовая охрана которому была предоставлена на территории Российской Федерации на имя RCS MEDIAGROUP S.p.A., Via Angelo Rizzoli, 8, I-20132 MILANO (IT), в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- «**MAX**» по свидетельству №441143 с приоритетом от 10.11.2000 (срок действия исключительного права продлен до 10.11.2030) и «*Max*» по свидетельству №717284 с приоритетом от 03.03.2017, зарегистрированными на имя ООО «Торговый Дом «МИР-2000», Москва, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

- «» по свидетельству №942685 с приоритетом от 04.12.2020, зарегистрированным на имя ООО «Торговый Дом «МИР-2000», Москва, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

Также в заключении по результатам экспертизы отмечено, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «FOOD» (переводится с английского языка как «ЕДА», см. Интернет <https://translate.yandex.ru/>), указывает на назначение услуг, не обладает различительной способностью, в связи с чем, является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Поскольку заявителем не были представлены сведения, доказывающие приобретение заявленным обозначением различительной способности в результате его длительного, интенсивного использования для конкретных услуг, указанных в заявке, а также то, что оно воспринималось потребителем как обозначение услуг оказываемых заявителем до даты подачи заявки, то у экспертизы нет мотивов для признания охраноспособным слова «FOOD» на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В возражении, поступившем 01.09.2023, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 23.08.2023. Доводы возражения сводятся к следующему.

Заявитель не возражает против дискламации словесных элементов «MAX FOOD» в составе заявленного обозначения.

Согласно сложившейся судебной практике вывод о сходстве делается на основе восприятия не отдельных элементов, а товарных знаков в целом, а также презумпции разумности и добросовестности участников правоотношений.

Степень важности изобразительного элемента в комбинированном обозначении зависит от степени связанности его с общей композицией всего обозначения.

В заявленном обозначении уникальный графический элемент занимает доминирующее положение (более 80% обозначения) и играет существенную роль в индивидуализации услуг, наряду со словесным элементом, в связи с чем в рассматриваемом случае следует учитывать степень различительной способности присутствующего изобразительного элемента (см. Решение Суда по интеллектуальным правам от 28.07.2023 по делу № СИП-492/2023).

В заявленном обозначении потребитель в первую очередь обратит внимание на яркую жёлто-чёрную зебру, и только потом на словесный элемент.

Кроме того, заявитель обращает внимание коллегии, что в соответствии с подпунктом 2 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, неохраняемые элементы, образующие комбинацию, обладают различительной способностью.

Словесный элемент заявленного обозначения, расположенный в левом верхнем углу целостной композиции с зеброй, также выполнен в уникальном стиле.

На основании изложенных доводов заявитель просит удовлетворить возражение, отменить решение Роспатента от 23.08.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022775904 в отношении всех заявленных услуг с исключением словесных элементов «MAX FOOD» из правовой охраны.

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

С учетом даты подачи (25.10.2022) заявки № 2022775904 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 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 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.

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.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 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 №2022775904 является комбинированным и включает стилизованное изображение зебры с повернутой в левую сторону головой. Справа от изобразительного элемента на двух строках друг под другом размещены словесные элементы «MAX» и «FOOD», выполненные стандартным буквами латинского алфавита. Буквы «О» в слове «FOOD» выполнены желтым цветом, остальные буквы словесных элементов выполнены черным цветом. Под буквами «О» размещена дуга желтого цвета. Заявленное обозначение выполнено в сочетании желтого, черного и белого цветов.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении следующих услуг 35, 43 классов МКТУ, приведенных в перечне заявки.

Анализ заявленного обозначения показал, что присутствующий в нем элемент «FOOD» (переводится с английского языка как «еда») ориентирует потребителя с точки зрения назначения части испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ, связанных с продажей/продвижением товаров, и всех услуг 43 класса МКТУ, относящихся к услугам по общественному питанию. То есть данный словесный элемент не обладает различительной способностью по отношению к указанным услугам 35, 43 классов МКТУ, и является не охраняемым элементом заявленного обозначения на основании требований пункта 1 статьи 1483 Кодекса.






Заявитель в возражении отметил, что не возражает против исключения словесных элементов «MAX FOOD» из самостоятельной правовой охраны.

Вместе с тем, словесный элемент «МАХ» исходя из смыслового содержания (с английского языка переводится как «по максимуму, максимальный», см. Англо-русский словарь Мюллера, либо может быть воспринят как мужское имя, см. <https://имена.net/имена-max>), не является прямым указанием каких-либо характеристик испрашиваемых услуг 35, 43 класса МКТУ. Кроме того, коллегия не выявила информации в общедоступных источниках информации о том, что словесный элемент «МАХ» используется различными хозяйствующими субъектами для обозначения конкретной характеристики услуг.

В связи с указанным словесный элемент «МАХ» не подлежит исключению из правовой охраны на основании требований пункта 1 статьи 1483 Кодекса и является охраноспособным элементом для всех испрашиваемых услуг.

Анализ сна предмет соответствия заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В оспариваемом решении в качестве сходных до степени смешения с заявленным обозначением указаны принадлежащие иным лицам товарные знаки:

«» по свидетельству №246409, «» по свидетельству №568261, «**МАХ**» по свидетельству №142393, «» по свидетельству №522115, «МАХ» по международной регистрации №497804, «» по свидетельству №441143, «*Max*» по свидетельству №717284, «» по свидетельству №942685.


Сравнительный анализ показал, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки включают тождественный/сходный словесный элемент «МАХ»/«МАК». При этом словесный элемент «МАХ»/«МАК» является самостоятельным (либо единственным) индивидуализирующим элементом заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков.

Заявитель акцентирует внимание в возражении на оригинальном изображении зебры, которое визуально доминирует в обозначении. Вместе с тем, в заявленном

обозначении основным индивидуализирующим элементом является слово «МАХ», поскольку оно в силу наличия семантики и фонетики, в первую очередь обуславливает запоминание обозначения потребителями. При этом слово «МАХ» расположено первым – на верхней строке, в связи с чем именно с него начинается прочтение заявленного обозначения. При этом восприятию слова «МАХ» как самостоятельного индивидуализирующего элемента способствует графическое решение, в котором размещение словесных элементов на разных строках визуально разделяет слово «МАХ» от не обладающего различительной способностью словесного элемента «FOOD».

Таким образом, словесные элементы «МАХ» и «FOOD» являются автономными, самостоятельными элементами заявленного обозначения, которые не образуют единого словосочетания. В связи с чем экспертиза проводилась самостоятельно по каждому элементу.

В товарных знаках «» по свидетельству №246409 и

 «*МакФуде*
Для своих.» по свидетельству №568261 написание букв «М» и «Ф» заглавными визуально разделяет словесный элемент на две словесные составляющие «Мак» и «Фуд's»/«Фудс», а прочтение (восприятие) товарных знаков начинается именно со слова «МАК», расположенного в начальной позиции.

В связи с изложенным усматривается полное вхождение товарных знаков по свидетельствам №142393, №522115, №497804, №441143, №717284, №942685 в состав заявленного обозначения в качестве основного индивидуализирующего элемента. Сравнение заявленного обозначения и товарных знаков по свидетельствам №246409, №568261 показало высокую степень фонетического сходства словесных элементов «МАХ»/«МАК», которые являются в них весомыми с точки зрения индивидуализирующей нагрузки.

За счет присутствия в составе заявленного обозначения и товарных знаков по свидетельствам №142393, №522115, №497804, №441143, №717284, №942685

тождественного элемента «МАХ» они способны порождать сходные смысловые ассоциации.

Необходимо отметить, что в составе заявленного обозначения и товарных знаков по свидетельствам №246409, №568261 присутствуют словесные элементы, семантика которых является близкой («FOOD» и «Фуд's»/«Фудс»), поскольку словесный элемент «Фуд's»/«Фудс», может быть воспринят как выполненное буквами русского алфавита слово английского языка «foods», которые переводится как «пища, еда, питание», см. Англо-русский словарь Мюллера, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/901282?ysclid=lpu8scbk3j734215446>.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки были признаны сходными ввиду присутствия в их составе тождественного/сходного с точки зрения фонетики и семантики словесного элемента «МАХ», который является существенным индивидуализирующим элементом.

Коллегия принимает во внимание визуальные отличия сравниваемых обозначений, однако, эти отличия носят второстепенный характер ввиду превалирования фонетического и семантического критериев сходства.

По вопросу однородности услуг, представленных в перечнях заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, установлено следующее.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении следующих услуг 35, 43 классов МКТУ:

35 - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам

организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; 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; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; 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 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; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы 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 информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; 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; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; 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 поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата

за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги консультационные по вопросам франчайзинга; услуги по управлению бизнесом в рамках франчайзинга;

43 - услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; кафе; кафетерии; закусочные; создание кулинарных скульптур; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; кулинарии (услуги по обеспечению пищевыми продуктами).

Товарный знак по свидетельству №246409 зарегистрирован для услуг 43 класса МКТУ «закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом».

Товарный знак по свидетельству №568261 зарегистрирован для услуг 43 класса МКТУ «закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги кемпингов; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом».

Товарный знак по свидетельству №142393 зарегистрирован для услуг 42 класса МКТУ «рестораны, кафе, закусочные».

Товарный знак по свидетельству №522115 зарегистрирован для услуг 43 класса МКТУ «услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; закусочные; кафе; кафетерии; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; рестораны быстрого питания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом».

Знаку по международной регистрации №497804 правовая охрана на территории Российской Федерации предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ «publicité et publicité radiotélévisée, distribution de matériel publicitaire;

affichage» (реклама и реклама на радио и телевидении, распространение рекламных материалов; расклеивание плакатов (реклама)).

Товарный знак по свидетельству №441143 зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ «*изучение общественного мнения; услуги в области общественных отношений; обработка текста; аренда площадей для размещения рекламы; расклейка объявлений, афиш; организация выставок для коммерческих целей; справки о деловых операциях; оценки в деловых операциях; исследования в области деловых операций; экспертиза в деловых операциях; информация о деловой активности; репродуцирование документов; подготовка платежных документов; составление налоговых деклараций; ведение бухгалтерских книг; автоматизированное ведение файлов; проверка счетов; составление отчетов о состоянии счетов; консультации по вопросам штата сотрудников; комплектование штата сотрудников, услуги манекенистов и предоставление манекенов для роста сбыта товаров; демонстрация товаров; аукционная продажа; агентства по импорту-экспорту; изучение рынка; анализ себестоимости; машинописные работы; прокат конторских машин и оборудования; конторы по найму; офисная служба; прокат оборудования для офисов; наем помещений для сдачи их в аренду; организация через посредников подписки на газеты; распространение образцов; секретарское обслуживание; стенографическое обслуживание; служба телефонных ответчиков; запись сообщений; оформление витрин; оценка леса на корню; оценка шерсти; статистическая информация; прогнозирование экономическое; фотокопирование; составление с помощью компьютеров составов из товарных вагонов».*

Товарный знак по свидетельству №717284 зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ «*услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]*».

Товарный знак по свидетельству №942685 зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ «*бюро по найму; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; исследования маркетинговые;*

консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент спортивный; организация выставок в коммерческих целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа аукционная; управление гостиничным бизнесом; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; розничная продажа непродовольственных товаров; розничная продажа продовольственных товаров; неспециализированная розничная продажа; оптовая продажа непродовольственных товаров; оптовая продажа продовольственных товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]».

Заявитель не оспаривает однородность услуг 35, 43 классов МКТУ, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, которые либо совпадают, либо соотносятся как род/вид (в перечнях представлены различные услуги в области общественного питания, продвижения товаров/услуг, телекоммуникаций, бизнес-услуг и пр.), имеют одинаковое назначение и условия реализации.

Что касается довода заявителя о том, что в соответствии с подпунктом 2 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, неохраняемые элементы, образующее комбинацию, обладают различительной способностью, необходимо отметить, что данная норма неприменима к заявленному обозначению, поскольку оно включает охраноспособный словесный элемент «МАХ». При этом основанием для отказа в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака является пункт 6 статьи 1483 Кодекса.

Установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков с учетом однородности услуг 35, 43 классов МКТУ свидетельствует о невозможности регистрации заявленного обозначения в отношении услуг товаров 35, 43 классов МКТУ испрашиваемого перечня, поскольку оно не соответствует для этих услуг пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Резюмируя сказанное, оснований для отмены решения Роспатента от 23.08.2023 не имеется.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 01.09.2023, оставить в силе решение Роспатента от 23.08.2023.