


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 05.11.2024, поданное компанией «Леви Страусс энд. Ко.», Соединенные Штаты Америки (далее – лицо, подавшее возражение, компания «Леви Страусс»), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 1040575, при этом установлено следующее.



Оспариваемый товарный знак «» по заявке №2023805192, поданной 30.10.2023, зарегистрирован 09.08.2024 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №1040575 на имя Кайлевой Н.А., Россия (далее – правообладатель) в отношении товаров и услуг 18, 25, 26, 35 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В поступившем 05.11.2024 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №1040575 произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 3, 6, 9 статьи 1483 Кодекса, пункта 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

Согласно возражению, действия по регистрации оспариваемого знака являются недобросовестной конкуренцией.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с товарными



по свидетельствам №47168, №133379, №423027, №434810, №459592, №466832, №539235, зарегистрированным ранее на имя лица, подавшего возражение. С даты приоритета первого знака лица, подавшего возражение, прошел 51 год;

- сравниваемые обозначения представляют собой неправильную геометрическую фигуру. Общая композиция знаков построена по одной и той же схеме и производит одинаковое впечатление. В нижней части фигур вырезаны полукруги, в верхней части - изображение напоминает форму трапеции. Этот общий композиционный прием является основным фактором, делающим знаки сходными до степени смешения при визуальном восприятии. Сравнимые знаки симметричны, они идентичны по лежащему в их основе смысловому контексту, имеют общее образно-стилевое решение, так как они представляют собой неправильную геометрическую фигуру с полукругами в нижней части. Стилистика художественного воплощения и полукруги создают одинаковый эмоционально насыщенный и запоминающийся образ. Незначительные отличия товарных знаков (такие, например, как количество полукругов в нижней части) либо вовсе не будут замечены потребителями (как несущественные) либо будут восприняты как различные варианты выполнения и использования одного и того же знака нашего доверителя. Таким образом, концепция сравниваемых знаков абсолютно одинакова, и они являются сходными до степени смешения, как по визуальному критерию, так и по семантике;

- графический элемент в виде изображения неправильной геометрической фигуры положен в основу большого количества товарных знаков лица, подавшего возражение, что позволяет говорить о наличии у него серии товарных знаков. Изложенное усиливает вероятность смешения оспариваемого и противопоставленных знаков;

- товары и услуги 18, 25, 35 классов МКТУ сравниваемых знаков с очевидностью идентичны или однородны. Товары 26 класса МКТУ оспариваемой регистрации являются корреспондирующими товарам 18 и 25 классов МКТУ противопоставленных знаков, так как представляют собой материалы, из которых могут быть изготовлены эти товары, а также вспомогательные средства для изготовления товаров 18 и 25 классов МКТУ;


- потребитель может решить, что оспариваемый и противопоставленные знаки являются серией товарных знаков, принадлежащих одному производителю (компании «Леви Страусс»), а товары выпускаются с разрешения или по выданной лицензии от данного лица, что не соответствует действительности;

- в качестве дополнительного вспомогательного признака определения однородности товаров может служить известность противопоставленных знаков рядовым потребителям, а также длительная история и присутствие на рынке товаров, маркированных данными знаками;

- вышеизложенный анализ доказывает наличие сходства до степени смешения сравниваемых товарных знаков для однородных товаров и услуг, и, следовательно, оспариваемый знак противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса;

- товарный знак по свидетельству №1040575 не соответствует положениям



пункта 9 статьи 1483 Кодекса. Логотип «», который используется с 1960-х годов, был разработан всемирно-известным дизайнером упаковок и логотипов Уолтером Лэндором по заказу компании «Леви Страусс». Указанное обозначение является охраноспособным произведением;

- оспариваемый знак копирует произведение искусства, авторские права на которое принадлежат лицу, подавшему возражение, и, очевидно, является

переработкой, производным произведением по отношению к объекту авторского права, принадлежащего компании «Леви Страусс»;

- оспариваемый знак не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса. Рядовой потребитель будет введен в заблуждение относительно производителя товаров и лица, оказывающего услуги поскольку, принимая во внимание популярность и известность лица, подавшего возражение, его товаров и услуг на российском рынке, потребители будут ассоциировать товары под оспариваемым знаком с компанией «Леви Страусс» и товарами так или иначе связанными с деятельностью этой компании. Наличие серии знаков усиливает вероятность введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров / лица, оказывающего услуги;

- действия по регистрации оспариваемого знака представляют собой акт недобросовестной конкуренции и злоупотребление правом.

На основании изложенного, лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1040575 недействительным полностью.

В подтверждение изложенных доводов к возражению, поступившему 05.11.2024, были представлены следующие материалы:

1. Распечатки регистраций лица, подавшего возражение;
2. Решения Роспатента по заявкам №2013713620, №2017733059, №2018707101;
3. Распечатки из сети Интернет с отзывами, рекомендациями, обсуждениями компании и продукции «Леви Страусс»;
4. Статьи из различных СМИ, новостных изданий и иных Интернет-ресурсов о деятельности компании «Леви Страусс» на российском рынке.

Правообладатель товарного знака по свидетельству №1040575 в установленном порядке ознакомленный с материалами возражения, представил отзыв, доводы которого сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак является изобразительным, представляет собой графическое изображение без каких-либо надписей, хоть отдалённо напоминающих товарные знаки лица, подавшего возражение, имеет более сложную форму,

отличную от формы товарных знаков компании «Леви Страусс»;

- если сравнивать оспариваемый товарный знак с противопоставленными знаками по фонетическому, графическому и семантическому признакам, то нельзя прийти к выводу о сходстве данных обозначений до степени смешения по всем этим признакам: как в целом, так и по каждому признаку в отдельности.

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

С учетом даты (30.10.2023) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный 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 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 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.

Согласно пункту 43 Правил изобразительные и объемные обозначения, в том числе представленные в виде трехмерных моделей в электронной форме, сравниваются с изобразительными, объемными, в том числе представленными в виде трехмерных моделей в электронной форме, и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы.

Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: внешняя форма; наличие или отсутствие симметрии; смысловое значение; вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); сочетание цветов и тонов.

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).

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

В соответствии с пунктом 37 Правил в ходе экспертизы заявленного

обозначения проверяется соответствие заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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.

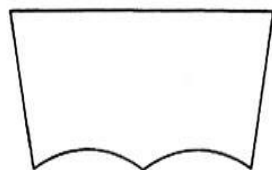
В соответствии с пунктом 9 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака (статья 1492) произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Положения настоящего пункта применяются также в отношении обозначений, сходных до степени смешения с указанными в нем объектами.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. Лицу, подавшему возражение, принадлежат исключительные права на товарные знаки по свидетельствам №47168, №133379, №423027, №434810, №459592, №466832, №539235, сходные, по его мнению, до степени смешения с оспариваемым товарным знаком. Согласно возражению, оспариваемый товарный знак ассоциируется с обозначениями, используемыми лицом, подавшим возражение, при маркировке производимых им



« _____ », зарегистрированному в отношении товаров и услуг 18, 25, 26, 35 классов МКТУ, оспаривается, в том числе в связи с его несоответствием положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в рамках чего данному знаку противопоставлены комбинированные и изобразительные товарные знаки



Анализ товарного знака по свидетельству №1040575 на соответствие положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Оспариваемые товары 18 класса МКТУ «бирки багажные; бирки пришивные для одежды кожаные; бирки самоклеющиеся для сумок кожаные; бумажники; визитницы; держатели для кредитных карт [бумажники]; диспенсеры пакетов для собачьих отходов, приспособленные для ношения на поводке; замша, за исключением используемой для чистки; зонты; зонты солнечные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; каркасы для сумок [конструктивные части сумок]; картодержатели [бумажники]; кейсы из кожи или кожкартона; клапаны кожаные; кожа веганская; кожа искусственная; кожа искусственная на основе мицелия; кожа необработанная или частично обработанная; кожкартон; кожухи для рессор кожаные; кольца для зонтов; коробки для шляп кожаные; коробки из вулканизированной фибры; коробки из кожи или кожкартона; кошельки; кошельки из металлических колечек; крупоны [части шкур]; кубики компрессионные для багажа; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; молескин [имитация кожи]; наборы дорожные [кожгалантерея]; несессеры для туалетных принадлежностей незаполненные; обивка мебельная из кожи; органайзеры для багажа; органайзеры для чемоданов; отделка кожаная для мебели; папки деловые; папки для нот; поводки кожаные; подпружки кожаные; полотна кожаные; портмоне; портпледы; портупеи кожаные; портфели [кожгалантерея]; пушнина; рамки кошельков для монет [конструктивные части кошельков для монет]; рандосеру [японский школьный ранец]; ранцы; ремешки кожаные; ремни кожаные [изделия шорные]; ремни подбородочные кожаные; ручки для зонтов; ручки для чемоданов; ручки-держатели для переноски хозяйственных сумок и пакетов; рюкзаки; рюкзаки для переноски младенцев; саквояжи; сетки хозяйственные; спицы для дождевых или солнечных зонтов; сумки; сумки для альпинистов; сумки для инструментов пустые; сумки для одежды дорожные; сумки для туалетных принадлежностей, незаполненные; сумки женские; сумки пляжные; сумки седельные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные многоцветные; сумки хозяйственные на колесах; сумки школьные; сумки-кенгуру для ношения детей; сундуки дорожные; сундуки дорожные [багажные]; торбы [мешки для кормов]; трости для зонтов; тфилин [филактрии]; футляры для ключей; чемоданы; чемоданы

моторизованные; чемоданы на колесах; чемоданы плоские; чемоданы плоские для документов; чехлы для дождевых зонтов; шевро; шнуры кожаные; шкуры выделанные; шкуры животных; шкуры крупного рогатого скота; этикетки кожаные; ягдташи [охотничьи аксессуары]; ящики из вулканизированной фибры» являются однородными товарам 18 класса МКТУ «кожа и имитация кожи, изделия из них, не относящиеся к другим классам; сумки, рюкзаки, бумажники, саквояжи, чемоданы, сумки дорожные, зонты» знака (5). Сравниваемые товары относятся к одним родовым группам (изделия для хранения и переноски различных предметов, кожа животных и ее заменители, материалы для изготовления одежды, обуви, головных уборов, сумок и т.д., изделия различного назначения из кожи и кожзаменителей, зонты, принадлежности к ним). Упомянутые группы товаров могут исходить от одного лица, иметь совместные каналы реализации и один круг потребителей.

Вместе с тем у коллегии отсутствуют основания для признания однородными оспариваемых товаров 18 класса МКТУ «альпенштоки; вальтрапы; вожжи; вожжи для поддержания детей при ходьбе; гамаки-перевязи для ношения младенцев; гарнитуры сбруйные; детали для стремян резиновые; изделия шорно-седельные; кнуты; коврики для верховой езды; крепления для седел; ленчики седел; наколенники для лошадей; намордники; недоуздки для лошадей; одежда для домашних животных; одеяла для животных; ошейники для животных; палки для альпинизма; палки для пеших прогулок; перевязи для ношения младенцев; плетки многохвостые; пленка газонепроницаемая из кишок животных; подкладки мягкие под седла для верховой езды; подковы; попоны для лошадей; постромки [конская сбруя]; ремни для конской сбруи; ремни стременные; ремни для военного снаряжения; ремни для коньков; ручки для тростей; седла для лошадей; стремена; трензели для конской сбруи; трости; трости складные, преобразуемые в сиденья; удила [сбруя конская]; уздечки [конская сбруя]; упряжь для животных; хомуты для лошадей; чехлы на седла для лошади; шоры [сбруя конская]» по отношению ко всем вышеупомянутым товарам 18 класса МКТУ знака (5). Так, в противопоставленном знаке отсутствуют товары, которые бы относились к изделиям для животных и снаряжению конскому, изделиям для переноски детей, изделиям ременным

военного и спортивного назначения. В возражении однородность упомянутых видов товаров 18 класса МКТУ оспариваемой регистрации, а также товаров 18 класса МКТУ знака (5) ничем не мотивирована.

Оспариваемые товары 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы футбольные; бюстгалтеры; бюстгалтеры самоклеющиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; мантильи; манто; маски для лица [одежда], не предназначенные для медицинских или санитарных целей; маски для сна; меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда спортивная с цифровыми датчиками; одежда

форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки велосипедные; перчатки водительские; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; рубашки с короткими рукавами; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; термоперчатки для устройств с сенсорным экраном; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; ханбок [корейская традиционная одежда]; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» по роду, виду, назначению, каналам реализации однородны товарам 25 класса МКТУ «одежда для мужчин, женщин и детей, включая туфли» знака (1), товарам 25 класса МКТУ «одежда; обувь; головные уборы» знаков (3-4).

Кроме того, однородными являются и противопоставленные товары 09 класса МКТУ «очки солнцезащитные; фуляры для солнцезащитных очков» знака (7) по отношению к оспариваемым товарам 25 класса МКТУ, которые представляют собой одежду (и ее части), обувь (и ее части), головные уборы. Так, очки и фуляры для них являются аксессуарами, которые используются вместе с оспариваемыми

товарами 25 класса МКТУ как часть модного образа. Кроме того, часто данные товары продаются в одних и тех же магазинах, ориентированных на моду и стиль (магазины одежды, аксессуаров, универмаги, бутики). Их покупают одни и те же потребители, ориентированные на внешний вид, комфорт и моду. Вместе с тем однородность иных товаров 09 класса МКТУ знака (7) по отношению к оспариваемым товарам 25 класса МКТУ ничем не мотивирована и признается необоснованной.

Что касается товаров 26 класса МКТУ «аппликации [изделия галантерейные]; банты галантерейные; банты для волос; бахрома; блески из слюды; блочки обувные; брелоки, не для ювелирных изделий и ключей; броши [принадлежности одежды]; булавки для шляп, за исключением ювелирных изделий; булавки, за исключением ювелирных изделий и бижутерии; бусины, за исключением используемых для изготовления ювелирных изделий; галуны; держатели для рукавов; жабо [кружевные изделия]; зажимы для брюк велосипедистов; зажимы для волос; заколки для волос; заплаты для ремонта текстильных изделий, приклеиваемые путем нагревания; застежки для корсажей; застежки для кошельков; застежки для обуви; застежки для одежды; застежки для подтяжек; застежки для поясов; застежки для сумок; застежки-липучки; застежки-молнии; застежки-молнии для сумок; знаки нагрудные не из драгоценных металлов; знаки номерные для участников спортивных состязаний; изделия басонные; изделия вышитые; изделия галантерейные, за исключением ниток; изделия декоративные для волос; изделия декоративные, текстильные, приклеиваемые нагреванием [галантерейные изделия]; изделия плетеные для отделки; изделия, вышитые золотом; изделия, вышитые серебром; канты для одежды; каркасы для бюстгальтеров; кисти [басонные изделия]; кнопки-застежки; кромки ложные; крючки [галантерейные изделия]; крючки для корсетов; крючки для обуви; ленты [басонные изделия]; ленты клейкие двухсторонние для одежды; ленты клейкие для подтяжки груди; ленты наградные; ленты шляпные; ленты эластичные; метки бельевые буквенные; метки бельевые цифровые; метки бельевые цифровые или буквенные; оборки для женской одежды; пайетки; папильотки бумажные; перья [принадлежности одежды]; перья птиц

[принадлежности одежды]; перья страусов [принадлежности одежды]; пико [кружево]; пластинки из китового уса для корсетов; повязки для волос; повязки нарукавные; подвески декоративные для сотовых телефонов; подвязки для занавесей; подплечники для одежды; помпоны; проушины для одежды; пряжки [принадлежности одежды]; пряжки для обуви; пряжки для сумок; пуговицы; пуговицы-эмблемы; розетки [басонные изделия]; рюши для одежды; синель [басонные изделия]; тесьма для отделки одежды; украшения для обуви; украшения для одежды; украшения для шляп; фестоны [вышивка]; фурнитура для нижнего белья [галантерея]; шнурки для обуви; шнуры для одежды; шнуры плетеные для одежды; шнуры шерстяные; шпильки для волос; элементы жесткости для воротников», то, по мнению коллегии, данные виды товаров однородны товарам 25 класса МКТУ «одежда для мужчин, женщин и детей, включая туфли» знака (1), товарам 25 класса МКТУ «одежда; обувь; головные уборы» знаков (3-4). Так, вышеупомянутые оспариваемые товары 26 класса МКТУ, относящиеся к аппликациям, нашивкам, лентам, брошам и т.д. часто используются для дополнения и улучшения внешнего вида одежды, обуви и головных уборов, являются взаимодополняемыми, совместно используемыми товарами. Упомянутые противопоставленные товары могут быть частью комплекта с одеждой, головными уборами или обувью, предназначенной для создания определенного образа, служат для декорирования, отделки и функционального дополнения одежды и обуви. Также как и украшения для волос в виде заколок, бантов и т.д. относятся к категории изделий, предназначенных для украшения и дополнения внешнего вида человека и используются совместно с одеждой, обувью, головными уборами для создания и оформления образа, дополняют внешний вид человека, следовательно, данные товары являются комплиментарными. Кроме того, упомянутые товары зачастую продаются через одни и те же каналы сбыта в отношении одной адресной группы потребителей.

Вместе с тем иные оспариваемые товары 26 класса МКТУ «бороды накладные; булавки энтомологические; венки из искусственных цветов; венки рождественские искусственные; венки рождественские искусственные с

подсветкой; волосы накладные; волосы человеческие; гирлянды искусственные; гирлянды рождественские искусственные; гирлянды рождественские искусственные с подсветкой; грибок для штопки; иглы; иглы вышивальные; иглы для переплетных работ; иглы для шорного дела; иглы сапожные; иглы швейные; иглы штопальные; игольники; катушки для намотки нитей для вышивания или шерсти [не части машин]; коробки для принадлежностей для шитья и рукоделия; косы из волос; крючки вязальные; крючки для ковров; ленты и бантики для упаковки подарков небумажные; наборы для шитья; накладки из искусственных волос; наперстки; нитковдеватели для игл; парики; подушечки для булавок; подушечки для игл; приспособления для завивки волос, электрические и неэлектрические, за исключением ручных инструментов; растения искусственные, за исключением новогодних елок; сетки для волос; спицы вязальные; усы накладные; фрукты искусственные; футляры для игл; цветы искусственные; челноки для изготовления рыболовных сетей; шапочки для окраски волос; шилья портновские; шиньоны; шпильки для завивки волос» не признаются однородными противопоставленным товарам 25 класса МКТУ «одежда для мужчин, женщин и детей, включая туфли» знака (1), товарам 25 класса МКТУ «одежда; обувь; головные уборы» знаков (3-4). Сравниваемые товары относятся к разному роду и виду продукции. Так, например, принадлежности для шитья и рукоделия (иглы, булавки, напёрстки) являются инструментами, материалами или фурнитурой, используемой для изготовления, ремонта или украшения одежды, но не являются самостоятельными предметами одежды, обуви или головных уборов. Их основное назначение - обеспечение процесса создания или декорирования изделий, а не непосредственное ношение или использование как самостоятельный предмет гардероба. Одежда, обувь и головные уборы - это готовые изделия, предназначенные для непосредственного использования конечным потребителем. Принадлежности для шитья и рукоделия - это товары, предназначенные для портных, швей, рукодельниц, а также для предприятий легкой промышленности, то есть для промежуточного или вспомогательного использования. Потребители одежды, обуви и головных уборов - это широкий круг лиц, приобретающих готовые изделия для повседневного

ношения. Потребители принадлежностей для шитья и рукоделия - это, как правило, специалисты (портные, мастера, дизайнеры) или любители, которые занимаются изготовлением или ремонтом одежды. Эти товары реализуются через разные каналы: одежда и обувь - в магазинах одежды, обуви, универмагах; принадлежности для шитья - в специализированных магазинах для рукоделия, швейных принадлежностей, а также в отделах тканей и фурнитуры. Что касается изделий постижерных (накладные усы, шиньоны, волосы накладные и т.д.), то они предназначены исключительно для изменения или дополнения внешности путём имитации натуральных волос или растительности на лице, тогда как одежда, обувь и головные уборы предназначены для ношения на теле, защиты, создания образа и комфорта. Их функции и сферы использования различаются: изделия постижерные не заменяют и не дополняют одежду или обувь по своему основному назначению, они приобретаются как отдельные аксессуары, а не как часть гардероба. Эти товары реализуются через разные торговые точки: одежда и обувь - в магазинах одежды, обуви, универмагах; изделия для волос - в отделах аксессуаров, магазинах косметики, специализированных магазинах для волос. Кроме того, изделия искусственные декоративные также неоднородны одежде, обуви, головным уборам, поскольку несут совершенно различные потребительские функции (покрытие тела, защиты от внешней среды и создания образа / применяются в интерьере, для украшения подарков, для хобби и т.д.). Основные потребители одежды, обуви и головных уборов - это люди, которым нужна одежда для повседневной носки или для особых случаев. Потребители искусственных декоративных изделий - это иная аудитория (те, кто занимается рукоделием, дизайном интерьера, организацией праздников и т.д.). Одежда, обувь и головные уборы обычно продаются в магазинах одежды и обуви, универмагах и специализированных бутиках. Искусственные декоративные изделия продаются в магазинах для рукоделия, отделах для творчества и хобби, магазинах подарков и сувениров, что указывает на разные каналы дистрибуции.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов;

аренда площадей для размещения рекламы; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; 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 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 влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; 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 и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; 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 отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; 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 маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сведения о деловых операциях; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги административные по переезду предприятий; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги консультационные

для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» однородны услугам 42 класса МКТУ «реализация товаров» знака (2), услуги 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба» знака (6). Данные услуги представляют собой комплекс мер, направленных на продвижение товаров, а также они относятся к услугам в сфере бизнеса, офисной службы. Каждая из рассматриваемых групп услуг объединена совместными назначением, условиями их оказания, лицами, которые предоставляют данные услуги, а также группой потребителей, для которых они оказываются.

Однако, коллегия приходит к выводу об отсутствии однородности между оспариваемыми услугами 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит

коммерческий; аудит финансовый; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; изучение общественного мнения; консультации по управлению персоналом; написание резюме для третьих лиц; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление информации телефонных справочников; пресс-службы; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы по связям с прессой; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций», а также всеми противопоставленными услугами 42 класса МКТУ знака (2), всеми услугами 35 класса МКТУ знака (6). Сравниваемые услуги относятся к различным родовым группам (услуги посреднические, услуги в области бухгалтерского учета, услуги информационно-справочные, услуги по аренде офисного и фотокопировального оборудования, услуги кадровые, услуги по исследованию рынка и общественного мнения / продвижение товаров, включая их рекламу и продажу, услуги в сфере бизнеса, услуги офисной службы), которые оказываются совершенно различными лицами и преследуют различные цели их оказания. Иного материалами возражения не доказано.

Следует отметить, что в отзыве на возражение однородность оспариваемых и противопоставленных товаров и услуг не оспаривается.

Анализ оспариваемого знака на тождество и сходство со знаками (1-7) показал

следующее.

Оспариваемый товарный знак является изобразительным и состоит из трапеции красного цвета, нижняя часть которой представлена в виде трех дугообразных выемок.

В свою очередь противопоставленные товарные знаки (1-7) представляют собой серию знаков, лица, подавшего возражение, объединенную одним элементом – в каждый из знаков (1-7) включена трапеция, нижняя часть которой имеет две дугообразные выемки.

По мнению коллегии, оспариваемый товарный знак в высокой степени сходен с противопоставленными ему товарными знаками (1-7), поскольку сравниваемые знаки включают в свой состав стилизованный четырехугольник с дугообразными выемками в нижней части. Внешний контур, пропорции и изгибы имеют крайне близкое оформление, уникальная геометрия фигуры, содержащаяся в противопоставленных знаках (1-7), в высокой степени сходства воспроизведена в товарном знаке по свидетельству №1040575.

Таким образом, сравниваемые товарные знаки признаются коллегией сходными, поскольку имеют практически идентичную форму трапеции с изгибами в нижней части, что приводит к их ассоциативному восприятию как обозначений, исходящих из одного и того же источника.

Что касается довода правообладателя о включении в состав знаков (1, 2, 6, 7) словесных элементов, которые отличают данные знаки от оспариваемой регистрации, то коллегией соответствующие отличия были учтены. Так, в комбинированных обозначениях основную индивидуализирующую функцию, действительно, несут именно словесные элементы, вместе с тем, в упомянутых знаках высоко и значение изобразительного элемента, который повторяется во многих знаках компании «Леви Страусс».

При рассмотрении настоящего возражения коллегия учитывала, что вероятность смешения сравниваемых знаков определяется исходя из степени их сходства и степени однородности товаров. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой

степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда).

Высокая степень сходства сравниваемых знаков при отсутствии однородности части упомянутых по тексту заключения товаров и услуг, не приведет к смешению данных товаров и услуг российским потребителем. При этом высокая степень сходства сравниваемых знаков, а также высокая степень однородности части товаров и услуг оспариваемой и противопоставленных регистраций обуславливает высокую вероятность смешения данных товаров и услуг, маркированных сравниваемыми знаками, в гражданском обороте.

Таким образом, коллегия приходит к выводу о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении части оспариваемых товаров и услуг 18, 26, 35 классов МКТУ, а также всех оспариваемых товаров 25 класса МКТУ.

При рассмотрении настоящего возражения коллегия приняла во внимание довод возражения о наличии серии знаков лица, подавшего возражение, а также об определенной степени их узнаваемости (1-7) российскими потребителями, что может относиться к обстоятельствам, повышающим вероятность смешения оспариваемого и противопоставленных знаков (1-7).

Возражение мотивировано также несоответствием товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в рамках введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров. В подтверждение соответствующего довода лицом, подавшим возражение, представлены материалы (3-4).

Так, лицо, подавшее возражение, ссылается на длительную историю деятельности компании «Леви Страусс», которая началась в 1873 году. В настоящее время представительство компании лица, подавшего возражение, имеется в 110 странах мира и, в том числе в Российской Федерации. Согласно доводам возражения, в России первый магазин открылся в 1993 году, сейчас общее количество магазинов – более 150. Деятельность лица, подавшего возражение,

освещается в средствах массовой информации, новостных изданиях, многих социальных сетях, в которых у лица, подавшего возражение, имеется высокое количество подписчиков.

Таким образом, указанные материалы (3, 4) свидетельствуют о присутствии на территории Российской Федерации товаров компании «Леви Страусс» и определенной степени их известности, однако, в отсутствие фактических документов о вводе соответствующих товаров в гражданский оборот Российской Федерации, коллегия не может признать представленные соответствующие доводы возражения подтвержденными. Так, с возражением не представлено ни одного документа, подтверждающего реализацию каких-либо товаров лица, подавшего возражение, в адрес потребителя Российской Федерации. Кроме того, с возражением не представлено и опроса общественного мнения, который мог бы свидетельствовать о восприятии оспариваемого знака исключительно во взаимосвязи с лицом, подавшим возражение, и производимыми им товарами / оказываемыми услугами.

Следовательно, довод возражения о несоответствии оспариваемого знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса следует признать недоказанным.

В возражении указано и на несоответствие произведенной регистрации положениям пункта 9 статьи 1483 Кодекса в части нарушения его исключительных авторских прав.


Так, компания «Леви Страусс» ссылается на разработку по его заказу



обозначения « » компанией «Walter Landor & Associated» (дизайнер Уолтер Лэндор) в 1960 году. По мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый знак копирует данное произведение, представляет собой его переработку, является производным произведением от вышеуказанного обозначения.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что довод лица, подавшего возражение, о



принадлежности ему прав на обозначение «» не доказан. В частности, в материалы дела не представлено каких-либо документов, которые могли бы объективно свидетельствовать о разработке в отношении компании «Леви Страусс» упомянутого обозначения (в частности, в материалах дела отсутствует договор на разработку обозначения, отсутствуют документы о передаче прав на него, affidavit представителя компании «Леви Страусс» о принадлежности компании прав на данное обозначение и др.).

Таким образом, возражением не подтвержден факт разработки упомянутого выше обозначения по заказу компании «Леви Страусс», а также не продемонстрирована цепочка перехода прав на данное обозначение к лицу, подавшему возражение.

Что касается представленных с возражением скриншотов из сети Интернет, представленных в обоснование соответствующего довода, то в первом из скриншотов указано лишь следующее: «Творческие находки Уолтера Лэндора можно увидеть в креативах таких брендов, как «Levi's» (1968)». Следовательно, из данной распечатки не следует создание именно вышеупомянутого обозначения по заказу лица, подавшего возражение, и передача прав на него к данному лицу. Что касается второго скриншота, то на нем размещена следующая информация: «тот же самый подход был использован тридцать лет спустя, когда появился логотип в виде крыла летучей мыши. Дизайн логотипа был разработан «Walter Landor & Associates» и отражал форму дугообразной строчки на заднем кармане джинсов, которая стала украшать все вещи бренда...». Из представленного скриншота не ясно, какое конкретно обозначение было разработано компанией «Walter Landor & Associates», когда именно оно было разработано и каким образом произошел переход права на обозначение.

С учетом вышеизложенного, довод возражения о несоответствии оспариваемой регистрации положениям пункта 9 статьи 1483 Кодекса не доказан.

Относительно довода лица, подавшего возражение, о том, что действия

правообладателя по регистрации оспариваемого товарного знака представляют собой акт недобросовестной конкуренции, следует отметить, что данное утверждение стороны спора не может быть проанализировано коллегией ввиду отсутствия соответствующих полномочий. Исследование данного факта не относится к компетенции Федеральной службы по интеллектуальной собственности.

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

удовлетворить возражение, поступившее 05.11.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1040575 недействительным в отношении товаров 18 класса МКТУ «бирки багажные; бирки пришивные для одежды кожаные; бирки самоклеющиеся для сумок кожаные; бумажники; визитницы; держатели для кредитных карт [бумажники]; диспенсеры пакетов для собачьих отходов, приспособленные для ношения на поводке; замша, за исключением используемой для чистки; зонты; зонты солнечные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; каркасы для сумок [конструктивные части сумок]; картодержатели [бумажники]; кейсы из кожи или кожкартона; клапаны кожаные; кожа веганская; кожа искусственная; кожа искусственная на основе мицелия; кожа необработанная или частично обработанная; кожкартон; кожаные для рессор кожаные; кольца для зонтов; коробки для шляп кожаные; коробки из вулканизированной фибры; коробки из кожи или кожкартона; кошельки; кошельки из металлических колечек; крупоны [части шкур]; кубики компрессионные для багажа; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; молескин [имитация кожи]; наборы дорожные [кожгалантерея]; несессеры для туалетных принадлежностей незаполненные; обивка мебельная из кожи; органайзеры для багажа; органайзеры для чемоданов; отделка кожаная для мебели; папки деловые; папки для нот; поводки кожаные; подпруги кожаные; полотна кожаные; портмоне; портпледы; портупеи кожаные; портфели [кожгалантерея]; пушнина; рамки кошельков для монет [конструктивные

части кошельков для монет]; рандосеру [японский школьный ранец]; ранцы; ремешки кожаные; ремни кожаные [изделия шорные]; ремни подбородочные кожаные; ручки для зонтов; ручки для чемоданов; ручки-держатели для переноски хозяйственных сумок и пакетов; рюкзаки; рюкзаки для переноски младенцев; саквояжи; сетки хозяйственные; спицы для дождевых или солнечных зонтов; сумки; сумки для альпинистов; сумки для инструментов пустые; сумки для одежды дорожные; сумки для туалетных принадлежностей, незаполненные; сумки женские; сумки пляжные; сумки седельные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные многоразовые; сумки хозяйственные на колесах; сумки школьные; сумки-кенгуру для ношения детей; сундуки дорожные; сундуки дорожные [багажные]; торбы [мешки для кормов]; трости для зонтов; тфилин [филактерии]; футляры для ключей; чемоданы; чемоданы моторизированные; чемоданы на колесах; чемоданы плоские; чемоданы плоские для документов; чехлы для дождевых зонтов; шевро; шнуры кожаные; шкуры выделанные; шкуры животных; шкуры крупного рогатого скота; этикетки кожаные; ягдташи [охотничьи аксессуары]; ящики из вулканизированной фибры», всех товаров 25 класса МКТУ, товаров 26 класса МКТУ «аппликации [изделия галантерейные]; банты галантерейные; банты для волос; бахрома; блестки из слюды; блочки обувные; брелоки, не для ювелирных изделий и ключей; броши [принадлежности одежды]; булавки для шляп, за исключением ювелирных изделий; булавки, за исключением ювелирных изделий и бижутерии; бусины, за исключением используемых для изготовления ювелирных изделий; галуны; держатели для рукавов; жабо [кружевные изделия]; зажимы для брюк велосипедистов; зажимы для волос; заколки для волос; заплаты для ремонта текстильных изделий, приклеиваемые путем нагревания; застежки для корсажей; застежки для кошельков; застежки для обуви; застежки для одежды; застежки для подтяжек; застежки для поясов; застежки для сумок; застежки-липучки; застежки-молнии; застежки-молнии для сумок; знаки нагрудные не из драгоценных металлов; знаки номерные для участников спортивных

состязаний; изделия басонные; изделия вышитые; изделия галантерейные, за исключением ниток; изделия декоративные для волос; изделия декоративные, текстильные, приклеиваемые нагреванием [галантерейные изделия]; изделия плетеные для отделки; изделия, вышитые золотом; изделия, вышитые серебром; канты для одежды; каркасы для бюстгальтеров; кисти [басонные изделия]; кнопки-застежки; кромки ложные; крючки [галантерейные изделия]; крючки для корсетов; крючки для обуви; ленты [басонные изделия]; ленты клейкие двухсторонние для одежды; ленты клейкие для подтяжки груди; ленты наградные; ленты шляпные; ленты эластичные; метки бельевые буквенные; метки бельевые цифровые; метки бельевые цифровые или буквенные; оборки для женской одежды; пайетки; папильотки бумажные; перья [принадлежности одежды]; перья птиц [принадлежности одежды]; перья страусов [принадлежности одежды]; пико [кружево]; пластинки из китового уса для корсетов; повязки для волос; повязки нарукавные; подвески декоративные для сотовых телефонов; подвязки для занавесей; подплечники для одежды; помпоны; проушины для одежды; пряжки [принадлежности одежды]; пряжки для обуви; пряжки для сумок; пуговицы; пуговицы-эмблемы; розетки [басонные изделия]; рюши для одежды; синель [басонные изделия]; тесьма для отделки одежды; украшения для обуви; украшения для одежды; украшения для шляп; фестоны [вышивка]; фурнитура для нижнего белья [галантерея]; шнурки для обуви; шнуры для одежды; шнуры плетеные для одежды; шнуры шерстяные; шпильки для волос; элементы жесткости для воротников», услуг 35 класса МКТУ «администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда площадей для размещения рекламы; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; 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 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 влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; 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 и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; 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 отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг;

предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; 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 маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сведения о деловых операциях; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги административные по переезду предприятий; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги

манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса».