

## **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), рассмотрела возражение, поступившее 13.12.2024, поданное Индивидуальным предпринимателем Вечерка Валерием Сергеевичем, город Краснодон (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023830418, при этом установила следующее.

Обозначение «Кейси» по заявке №2023830418 с приоритетом от 27.12.2023 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 03, 04, 35, 43, 44 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 08.11.2024 о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023830418 в отношении части услуг 35, 43, 44 классов МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров 03, 04 классов МКТУ и части услуг 35, 43, 44 классов МКТУ по причине его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса (далее – решение Роспатента).

В результате проведения экспертизы заявленное обозначение было признано сходным до степени смешения с:



- с обозначением « KEYSI » под №2023807611 (приоритет от 03.11.2023), от имени Камаева Анна Сергеевна, город Йошкар-Ола, в отношении товаров и услуг 03, 44 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 03, 44 классов МКТУ;



- с товарным знаком « Keisy Group of Companies » (свидетельство №907917 - приоритет от 12.11.2021) на имя Общество с ограниченной ответственностью ГРУППА КОМПАНИЙ "ФЛАГМАН", город Москва, в отношении услуг 43 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 43 класса МКТУ;

- с товарным знаком « KISY » (свидетельство №974427 - приоритет от 02.03.2023) на имя Ларионов Дмитрий Евгеньевич, город Подольск, в отношении товаров 03, 04 классов МКТУ, однородных заявленным товарам 03, 04 классов МКТУ;

- с товарным знаком « KESY » (свидетельство №802998 - приоритет от 06.08.2020) на имя Общество с ограниченной ответственностью "БИ ЭНД ДЖЕЙ КОНСАЛТИНГ", город Москва, в отношении товаров и услуг 03, 35, 44 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 03, 35, 44 классов МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 13.12.2024 поступило возражение на решение Роспатента. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками №№907917, 974427, 802998 и заявленным на регистрацию обозначением №2023807611;

- товарный знак № 907917 имеет в своём составе словесные элементы: «Keisy» и «Group of companies». Несмотря на то, что словесный элемент «Group of companies» является неохраняемым, он также влияет на восприятие обозначения потребителем;

- противопоставленное обозначение по заявке № 2023807611 имеет в своём

составе словесные элементы: «KEISY», «ESTD. 2023» и «COSMETICS». Несмотря на то, что словесные элементы «ESTD. 2023» и «COSMETICS» являются неохранными, они также влияют на восприятие обозначения потребителем;

- фонетически все сравниваемые обозначения воспринимаются по-разному.

Заявленное обозначение не совпадает с противопоставленными знаками по большинству признаков фонетического сходства – количеству звуков, характеру совпадающих частей обозначений, что обуславливает отсутствие сходства сравниваемых обозначений по фонетическому признаку сходства;

- сравниваемые обозначения являются семантически нейтральными, то это свидетельствует лишь о невозможности сравнения таких обозначений по семантическому критерию;

- сравниваемые обозначения отличаются по средствам графического оформления обозначений (шрифт, цвет). Отличается алфавит, буквами которого исполнены слова (кириллица, латиница);

- в композицию заявленного обозначения входит оригинальное графическое исполнение текста, которое тесно связано с композицией обозначения, легко запоминается, в силу чего является значимым элементом обозначения. За счет изобразительного элемента заявленное обозначение воспринимается иначе, чем просто слово;

- заявленное обозначение обладает высокой различительной способностью, известностью и узнаваемостью, ассоциируется с деятельностью заявителя по заявке, ввиду длительного и интенсивного использования в отношении заявленных товаров и услуг;

- ИП Вечерка Валерий Сергеевич под заявлением обозначением осуществляет услуги по продаже оптом и в розницу профессиональной косметики;

- компания Вечерки В.С. развивается и рекламируется в социальных сетях (в социальной сети «ВКонтакте» насчитывается 6 180 подписчиков, сети «Telegram» насчитывается 1060 подписчиков);

- домен официального сайта заявителя по заявке зарегистрирован в реестре доменных имен с 2021 года, что подтверждается данными из реестра и

свидетельствует о длительном существовании домена заявителя;

- правообладатель противопоставленного обозначения №2023807611 ведет деятельность в сфере образования;
- правообладатель противопоставленного товарного знака №907917 ведет деятельность в сфере туризма, правообладатель противопоставленного товарного знака не использует зарегистрированное обозначение для индивидуализации предоставляемых услуг;
- правообладатель противопоставленного товарного знака №802998 оказывает услуги в области GR-менеджмента, налогового консалтинга, комплексного сопровождения бизнеса;
- заявителем приводятся примеры регистраций аналогичных обозначений.

В корреспонденции, поступившей 07.03.2025, заявитель представил сокращенный перечень товаров и услуг 03, 35, 43 и 44 классов МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака по заявке №2023830418:

03 - антистатики бытовые; бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; басма [краситель косметический]; вата, пропитанная препаратами для удаления макияжа; жиры для косметических целей; карандаши для отбеливания зубов; косметика и средства декоративные; косметика уходовая; косметика уходовая и декоративная, красители для бороды и усов; красители для воды в туалете; крахмал для стирки; крем для обуви; маски с паровым нагревом одноразовые, не для медицинских целей; мыла против потения; мыла против потения ног; мыла различного назначения; мыло миндалевое; пасты для ремней для заточки бритв; пасты зубные; патчи для глаз гелевые косметические; пероксид водорода для косметических целей; полоски для освежения дыхания; полоски отбеливающие для зубов; препараты отбеливающие [обесцвечивающие] для бытовых целей; препараты с алоэ вера для косметических целей; препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья; принадлежности для косметических целей; салфетки антистатические для сушильных машин; салфетки детские, пропитанные очищающими средствами; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; соли для отбеливания; спирт нашатырный [моющее, очищающее

средство]; средства для бритья и ухода за кожей после бритья; средства для ухода за волосами; средства для ухода за зубами и полостью рта; средства для ухода за лицом и телом; средства косметические для животных; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства ухода за текстильными и кожаными изделиями; хна [краситель косметический]; чай для ванн для косметических целей; шампуни для животных [средства гигиенические немедикаментозные]; бальзамы для губ; глина косметическая; косметика сухая; кремы детские; кремы для ногтей; кремы очищающие; кремы увлажняющие; лосьоны для тела; парафин для косметических целей; плитки массажные; препараты для массажа; бальзамы для волос; кремы для волос; маски для волос; муссы для волос; ополаскиватели для волос; препараты для укладки волос; препараты для ухода за бородой; пудры для волос; составы для придания волосам глянцевого блеска; средства оттеночные для волос; шампуни твердые; загустители для волос; мелки для окрашивания волос; средства для керапластики волос; пастилки для косметических целей; кремы для бритья; аквагрим [косметика и средства декоративные], включенный в 03 класс; кушоны [косметика и средства декоративные], включенные в 03 класс; тинты [косметика и средства декоративные], включенные в 03 класс; румяна; подводка для глаз; средства тональные; тени для век; туши для ресниц; туши для бровей; пудра для губ; тени-аппликаторы; маски для лица, пропитанные косметическими средствами; вода мицелярная; гели для душа; лосьоны для гигиенических целей; пенки очищающие для лица; присыпки детские; таблетки для ванн; мыла жидкые; мыла косметические; мыла хозяйствственные; порошок мыльный; аммиак для чистки; средства для очистки косметических кистей; средства для чистки листвьев растений; орехи мыльные.

35 - администрирование программ лояльности потребителей; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования маркетинговые; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; 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 показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; 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; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; реклама телевизионная; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги лидогенерации; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; 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 снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листков; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях»; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; опросы социологические; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений;

услуги ресечеров; организация торГОВО-закупочной деятельности.

43 - услуги кемпингов; лагеря детские.

44 - депиляция восковая; имплантация волос; услуги по окрашиванию волос; услуги саун; услуги соляриев; хирургия пластическая; депиляция; микронидлинг; наращивание волос; обёртывания косметические; шугаринг; эпиляция; биоармирование; биоревитализация; мезотерапия; протезирование волос; тредлифтинг [фейслифтинг].

С учетом изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 08.11.2024 и помимо услуг, в отношении которых принято решение о государственной регистрации товарного знака, также зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2023830418 в отношении сокращенного перечня товаров 03, 35, 43, 44 классов МКТУ.

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

С учетом даты подачи (27.12.2023) заявки №2023830418 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охранных способностей включает 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 требованиями подпункта 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 пунктом 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

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

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

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в 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).

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «Кейси», выполненное буквами русского алфавита. Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке №2023830418 испрашивается в отношении товаров и услуг 03, 04, 35, 43, 44 классов МКТУ.

Противопоставленное обозначение [1] «KEYSI COSMETICS» по заявке №2023807611 представляет собой словесное обозначение, выполненное оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в черно-белом цветовом сочетании, в том числе в отношении товаров 18, 24, 25 классов МКТУ.

По противопоставленной заявке №2023807611 Роспатентом 07.02.2025 принято решение о признании заявки отозванной, что позволяет снять данное противопоставление.



Противопоставленный товарный знак [2] « **KESY** » по свидетельству №907917 представляет собой комбинированное обозначение, включающее словесные элементы «KEISY GROUP OF COMPANIES», где элементы «GROUP OF COMPANIES» являются неохраняемыми. Правовая охрана представлена в бежевом, серо-желтом цветовом сочетании, в том числе в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [3] « **KISY** » по свидетельству №974427 представляет собой обозначение со словесным элементом «KISY», выполненным буквами латинского алфавита. Правовая охрана представлена в черно-белом цветовом сочетании, в отношении товаров 03, 04 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [4] « **KESY** » по свидетельству №802998 представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана представлена в черно-белом цветовом сочетании, в том числе в отношении товаров и услуг 03, 35, 44 классов МКТУ.

Поскольку противопоставленный товарный знак [2] является комбинированным, то основным элементом, несущим индивидуализирующую функцию, является охраниспособный словесный элемент "KEISY", именно на нем акцентируется внимание потребителя в первую очередь, он легче запоминается.

С точки зрения фонетики сравниваемые словесные элементы «КЕЙСИ» и «KEISY» / «KISY» / «KESY» (транслитерируются на русский язык как «КЕЙСИ» / «КИСИ» / «КЕСИ») являются сходными до степени смешения. Сравниваемые обозначения имеют одинаковый состав гласных звуков, и близкий состав согласных звуков, одинаковое количество слогов (два), одинаковое звучание конечной части, одинаковый ударный слог.

По семантическому признаку сходства сопоставляемые обозначения не представляется возможным оценить, поскольку словесный элемент «КЕЙСИ» отсутствует в словарно-справочных изданиях и является фантазийным.

Визуально сравниваемые обозначения имеют графические различия, обусловленные использованием при их написании разных шрифтов, алфавитов, наличия изобразительных элементов. Вместе с тем, данные различия носят второстепенный характер с точки зрения их индивидуализирующей способности.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ однородности испрашиваемых к регистрации товаров показал следующее.

Часть товаров 03 класса МКТУ заявленного обозначения «» является однородной товарам «амбра [парфюмерия]; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; ароматизаторы для кондитерских изделий из сдобного теста [эфирные масла]; ароматизаторы для напитков [эфирные масла]; ароматизаторы пищевые [эфирные масла]; вода ароматическая; вода лавандовая; вода туалетная; гелиотропин; гераниол; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; духи; изделия парфюмерные; ионон [парфюмерный]; ладан; масла для парфюмерии; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитrona; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; мускус [парфюмерия]; мята для парфюмерии; одеколон; палочки фимиамные; расплавы восковые [ароматизирующие препараты]; сафрол; смеси ароматические из цветов и трав; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; терпены [эфирные масла]; экстракты растительные для косметических целей; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]» 03 класса МКТУ противопоставленного знака [3] и товарам «лаки для ногтей; блестки для ногтей / глиттеры для ногтей; бруски для полирования; бумага абразивная; бумага наждачная; бумага полировальная; вата для косметических целей; вещества клейкие для косметических целей; воски для кожи / кремы для кожи; камни шлифовальные; кремы для полирования; кремы

*косметические; наборы косметические; наклейки для ногтей; ногти искусственные; полотно наждачное со стеклянным абразивом; препараты для полирования; препараты для удаления красок; препараты для удаления лаков; препараты для ухода за ногтями; препараты для чистки; растворители лаков для ногтей; средства вяжущие для косметических целей; тампоны ватные для косметических целей; закрепители лака для ногтей; основы под лак для ногтей»* 03 класса МКТУ противопоставленного знака [4], так как сравниваемые товары относятся к одним видам товаров («товары санитарно-гигиенические, средства ухода за текстильными и кожаными изделиями, изделия и препараты абразивные, косметика уходовая и декоративная, парфюмерия»), имеют одинаковое назначение, один круг потребителей и одинаковые условия их реализации.

Другая товаров 03 класса МКТУ заявленного обозначения «*средства для ухода за зубами и полостью рта; карандаши для отбеливания зубов; пасты зубные; полоски для освежения дыхания; полоски, отбеливающие для зубов*» не является однородной товарам 03 класса МКТУ противопоставленного знака [3] и товарам 03 класса МКТУ противопоставленного знака [4], поскольку представляет собой товары иного назначения (средства для ухода за зубами и полостью рта), которые имеют иной круг потребителей.

Часть услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения «*администрирование программ лояльности потребителей; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования маркетинговые; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; 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 показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; 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 медиа средствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиши; распространение образцов; реклама телевизионная; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги лидогенерации; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; 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 снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листков; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях»; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; опросы социологические; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; организация торгово-закупочной деятельности» является однородной услугам 35 класса МКТУ «реклама; маркетинг; маркетинг целевой» противопоставленного знака [4], услуги относятся к одним видам «услуги по продвижению товаров и услуг; услуги в области рекламы», имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации.*

Другая часть услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения «прокат

*фотокопировального оборудования; услуги ресечеров» не является однородной услугам 35 класса МКТУ «реклама; маркетинг; маркетинг целевой» противопоставленного знака [4], поскольку услуги относятся к разным родовым группам и имеют разное назначение и круг потребителей.*

*Услуги 43 класса МКТУ заявленного обозначения «услуги кемпингов; лагеря детские» и услуги 43 класса МКТУ «агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионы]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; мотели; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов» противопоставленного товарного знака [2] относятся к одному роду («обеспечение временного пребывания»), имеют общее назначение (для проживания людей), условия оказания, круг потребителей, то есть совместно встречаются в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.*

*Услуги 44 класса МКТУ заявленного обозначения «депиляция восковая; имплантация волос; услуги по окрашиванию волос; услуги саун; услуги соляриев; хирургия пластическая; депиляция; микронидлинг; наращивание волос; обёртывания косметические; шугаринг; эпиляция; биоармирование; биоревитализация; мезотерапия; протезирование волос; тредлифтинг [фейслифтинг]» и услуги 44 класса МКТУ «услуги маникюра и педикюра» противопоставленного товарного знака [4] относятся к одному роду («услуги центров красоты и здоровья»), имеют общее назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.*

Следует отметить, что однородность товаров и услуг в возражении не оспаривается.

Что касается довода заявителя о том, что правообладатель противопоставленного товарного знака по свидетельству №907917 его не использует, то коллегия отмечает, что выводы об отсутствии использования противопоставленного товарного знака могут быть сделаны только Судом по

интеллектуальным правам в установленном порядке в соответствии с положениями статьи 1486 Кодекса.

В данном случае правовая охрана противопоставленного товарного знака продолжает действовать на территории Российской Федерации, что определяет правомерность вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы заявителя в отношении существующей практики регистрации товарных знаков не приводят к иным выводам коллегии. Делопроизводство по каждой заявке ведется независимо с учетом всех обстоятельств дела.

Таким образом, с учетом всех вышеизложенных доводов (в том числе дополнительных обстоятельств, прекращения правовой охраны противопоставленного товарного знака [1]) у коллегии имеются основания для изменения решения Роспатента от 08.11.2024 о государственной регистрации товарного знака и признания обозначения по заявке №2023830418 соответствующим требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении части испрашиваемых товаров и услуг 03 и 35 классов МКТУ.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 13.12.2024, изменить решение Роспатента от 08.11.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023830418.**