

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12.03.2014 № 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее - Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 20.05.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Новый Медиа Холдинг» (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022777042, при этом установила следующее.

Обозначение «**СОЛНЦЕ**» по заявке №2022777042, поданной 27.10.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ, приведенных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 20.02.2023 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ (далее – решение

Роспатента), основанное на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное несоответствие обосновано сходством до степени смешения:

- с товарным знаком «СОЛНЫШКО»[1] (свидетельство №734525 с приоритетом от 17.01.2018), зарегистрированным на имя Закрытого акционерного общества "Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана «МИР», 140002, Московская обл., г. Люберцы, Октябрьский пр-кт, д. 112, помещение 23 в отношении товаров и услуг 05, 06, 11, 25, 28, 36, 41, 43, 44 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 41 классов МКТУ;

- с товарным знаком «СОЛНЫШКО»[2] (свидетельство №678377 с приоритетом от 30.11.2017), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «СТИЛПАУЭРКЕП», 246010, г. Гомель, ул. Могилевская, д. 17, ком. 1-2, 1-ый этаж, Республика Беларусь в отношении товаров и услуг 06, 35 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 35 классов МКТУ;

- с товарным знаком «СОЛНЫШКО»[3] (свидетельство №150380 с приоритетом от 25.04.1996), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «НПО «Гигиена-Био», 143909, Московская обл., г. Балашиха, ул. Звездная, д.7, корп.1, пом.7050 в отношении товаров и услуг 31, 35, 42 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 35, 42 классов МКТУ;

- с товарным знаком «СОЛНЦЕ - SUN»[4] (свидетельство №426179 с приоритетом от 05.08.2009), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «СОЛНЦЕ-САН», 191025, Санкт-Петербург, пер. Дмитровский, 10, лит. А, пом.11-Н в отношении товаров и услуг 16, 35, 38, 39, 41, 43 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 16, 35, 38, 41 классов МКТУ;

- с товарным знаком «СОЛНЫШКО НЕВСКАЯ КОСМЕТИКА NS»[5] (свидетельство №223159 с приоритетом от 26.06.2000), зарегистрированным на имя Акционерного общества «НЕВСКАЯ КОСМЕТИКА», 192029, Санкт-Петербург, пр. Обуховской обороны, д. 80 в отношении товаров и услуг 03, 05, 16, 35 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 16, 35 классов МКТУ;

- с обозначением «СОЛНЫШКО»[6] (заявка №2022775822), заявленным на имя Закрытого акционерного общества "Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана «МИР», 140002, Московская обл., г. Люберцы, Октябрьский пр-кт, д.112 в отношении товаров и услуг 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 09, 16, 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ на основании положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении 20.05.2023 заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- при сравнении заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3], [5], [6] со словесным элементом «СОЛНЫШКО» присутствует четко выраженное различие звучания обозначений в целом, что говорит об общем звуковом несходстве обозначений в целом и отсутствии их смешения для потребителей;

- смысловое восприятие сравниваемых обозначений также различно, заявленное обозначение воспринимается как название небесного светила – солнца, словесный элемент «СОЛНЫШКО» носит неофициальный разговорный характер, являясь ласковым обращением;

- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1-3], [5], [6] имеют отличную графическую стилистику, в обозначениях использованы различные шрифтовые, графические и композиционные решения, что предопределяет отсутствие какой-либо опасности смешения при их визуальном восприятии потребителем;

- по противопоставленному товарному знаку №426179 [4] заявителем было получено и представлено в экспертизу письмо-согласие от владельца противопоставленного товарного знака, вследствие чего данный товарный знак не является препятствием для регистрации заявленного обозначения;

- заявленный товарный знак представляет собой название федерального развлекательного канала, рассчитанного на широкую семейную аудиторию, таким образом, практика использования заявленного обозначения свидетельствует о широкой известности данного обозначения, что значительно уменьшает опасность его смешения с противопоставленными товарными знаками.

На основании вышеизложенного, заявитель просит отменить решение Роспатента от 20.02.2023 и зарегистрировать обозначение по заявке №2022777042 в качестве товарного знака в отношении заявленного перечня товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ.

В подтверждение изложенных доводов заявителем были представлены следующие дополнительные материалы:

1. Скриншоты по ссылкам по тексту;
2. Примеры регистраций товарных знаков;
3. Письмо-согласие от владельца товарного знака по свидетельству №426179.

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

С учетом даты (20.05.2023) поступления заявки №2022777042 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и

рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, 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 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

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

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 звуко сочетаний 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 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).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2022777042 заявлено словесное обозначение «**СОЛНЦЕ**», выполненное стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита. Предоставление правовой охраны испрашивается в отношении товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ.

В качестве сходных до степени смешения с заявленным обозначением в заключении по результатам экспертизы указаны словесные товарные знаки [1]«**СОЛНЫШКО**» по свидетельству №734525, [2]«**СОЛНЫШКО**» по свидетельству №678377, [3]«**СОЛНЫШКО**» по свидетельству №150380, выполненные стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита, а также комбинированные товарный знак [4]«**СОЛНЦЕ-SUN**» по свидетельству №426179, включающий словесный элемент «СОЛНЦЕ» и изобразительный элемент в виде симметричной фигуры красного цвета, комбинированный товарный знак [5]«» по свидетельству № 223159, включающий словесный элемент «СОЛНЫШКО» и изобразительный элемент в виде стилизованного изображения солнца, выполненные оригинальным шрифтом буквами кириллического алфавита, правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров и услуг 16, 35, 38, 41, 42 классов МКТУ, и обозначение [6]«» по заявке №2022775822 (делопроизводство не завершено), выполненное оригинальным шрифтом буквами кириллического алфавита, правовая охрана испрашивается, в том числе, в отношении товаров и услуг 09, 16, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ.


Заявителем не оспаривается сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [4] по свидетельству №426179, а также однородность товаров и услуг 16, 35, 38, 41 классов МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые обозначения.

Вместе с тем заявителем было получено и представлено в экспертизу письмо-согласие от владельца противопоставленного товарного знака [4] ООО «СОЛНЦЕ-САН» на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке №2022777042 на имя ООО «Новый Медиа Холдинг» в отношении всех заявленных товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ.

Исходя из приведенных в абзаце 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса положений, регистрация товарного знака, сходного до степени смешения с противопоставленным товарным знаком, допускается при наличии согласия их правообладателя в том случае, если не способна ввести потребителя в заблуждение. В этой связи необходимо отметить следующее.

Согласно требованиям законодательства, при рассмотрении вопроса регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака с согласия правообладателя противопоставленного товарного знака следует учитывать, что вероятность возникновения смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака существенно возрастает, в частности, в случае, если:

1. заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак имеют степень сходства, приближенную к тождеству;
2. противопоставленный товарный знак широко известен среди потенциальных потребителей товара и ассоциируется с конкретным производителем;
3. противопоставленный товарный знак является коллективным товарным знаком.

Так, сравниваемые обозначения «СОЛНЦЕ» и «ЛНЦЕ-SUN» не тождественны. Противопоставленный товарный знак по свидетельству №426179 не является коллективным или общеизвестным товарным знаком.

Наличие письма-согласия от правообладателя противопоставленного товарного знака [4] по свидетельству №426179 для всех заявленных товаров и услуг, указанных в перечне заявки №2022777042, возможность предоставления которого предусмотрена положениями абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, при отсутствии сведений о введении потребителя в заблуждение, позволяет снять указанное противопоставление.

Вместе с тем, наличие письма-согласия не устраняет причину для отказа в государственной регистрации в качестве товарного знака заявленного обозначения «**СОЛНЦЕ**» в отношении товаров и услуг 16, 35, 38, 41 классов МКТУ ввиду наличия вышеперечисленных противопоставлений [1-3, 5, 6].

Анализ сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3, 5, 6] показал, что с точки зрения фонетики словесные элементы «СОЛНЦЕ» и «СОЛНЫШКО» имеют отличия в произношении, однако являются однокоренными, имеют одинаковую основу слов, поэтому обладают признаками фонетического сходства. Заявленное обозначение «СОЛНЦЕ» и противопоставленные товарные знаки «СОЛНЫШКО» [1-3, 5, 6] включают фонетически тождественные звуки «СОЛН» и «СОЛН», которые являются определяющими при звуковом восприятии сравниваемых знаков и акцентирует внимание потребителей в первую очередь, поскольку начальная часть сравниваемых обозначений находится под ударением, что обуславливает четкость произнесения звуков в сравниваемых обозначениях. Конечные части «ЦЕ», «ЫШКО» слов находятся в безударном положении, тем самым могут редуцироваться, а их звучание в знаках нивелируется.

Таким образом, сравниваемые обозначения сходны по фонетическому признаку ввиду совпадения звуков и звукосочетаний, их места в составе обозначений, то есть на основании фонетического сходства словесных элементов «СОЛНЦЕ» и «СОЛНЫШКО».

С точки зрения семантического сходства необходимо отметить, что сравниваемые обозначения «СОЛНЦЕ» (Солнце - солнце, солнышко ср. наше дневное светило; величайшее, самосветное и срединное тело нашей вселенной, Толковый словарь Даля, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc2p/356818>) и «СОЛНЫШКО» (Солнышко - солнышко, солнышка, мн. шки, шек, шкам, ср. (разг.) ласк. к солнцу, Толковый словарь Ушакова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1034750>) являются лексическими единицами русского языка и имеют схожее смысловое значение. Очевидно, что обозначение «СОЛНЫШКО» является производным словом в уменьшительном значении, образованным от существительного «СОЛНЦЕ». Сравнимые словесные элементы являются однокоренными, корень «СОЛН» – это главная значимая часть, выражающая основное значение слов и общее лексическое значение всех однокоренных слов (солнце, солнышко).

Таким образом, словесный элемент «СОЛНЦЕ» заявленного обозначения не несет качественно иного смыслового восприятия, поскольку определяющее значение имеет основа слов «СОЛН», которая является однокоренной со словом «СОЛНЫШКО» противопоставленных товарных знаков. Соответственно, сравниваемые обозначения являются близкими по смыслу, что порождает в сознании потребителя сходный ассоциативный ряд, связанный со значением слова «солнце», что позволяет говорить о сходстве знаков по семантическому критерию.

При сопоставлении заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3] на предмет графического сходства можно говорить о совпадении кириллического алфавита, а также шрифтовом совпадении (стандартный шрифт черного цвета) в сравниваемых знаках.

Заявленное обозначение и противопоставления [5, 6] отличаются графически, поскольку заявленное обозначение является словесным в отличие от противопоставленных комбинированных товарного знака [5] и обозначения [6]. При сопоставлении словесного обозначения с

комбинированным на предмет графического сходства анализу подлежит алфавит, которым выполнены буквы словесных элементов, шрифт этих элементов. Иные отличия могут быть учтены в рамках общего зрительного впечатления, однако не исследуются при анализе графического сходства. В данном случае заявленное обозначение и противопоставления [5, 6] выполнены буквами кириллического алфавита.

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 товаров и услуг, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегия надлежит руководствоваться требованиями пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. 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.

Вместе с тем, представленные заявителем материалы из сети Интернет не свидетельствуют о широкой известности заявленного обозначения как названия телеканала и его ассоциации с заявителем, следовательно, данные сведения не образуют тех обстоятельств, которые необходимо учитывать в контексте п. 162 Постановления Пленума ВС РФ.

В поступившем возражении вывод об однородности товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ в отношении противопоставленных товарных знаков заявителем не оспаривался.

Товары и услуги 09, 16, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-3, 5, 6] либо полностью совпадают, то есть являются идентичными, либо тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение, область применения, круг потребителей, используются в одном сегменте рынка, соотносятся как род/вид.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3, 5, 6], а также в части идентичность, а в другой части высокую степень однородности испрашиваемых товаров и услуг 09, 16, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ соответствующим товарам и услугам противопоставленных товарных знаков [1-3, 5, 6], их следует признать сходными до степени смешения.

В отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ коллегия отмечает следующее.

Владельцем противопоставленного обозначения [6] по заявке №2022775822 заявленный перечень товаров и услуг был сокращен. В результате внесенных изменений в материалы заявки от 09.07.2023 правовая охрана испрашивается в отношении следующих товаров и услуг 05, 06, 09, 11, 16, 24, 25, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 38, 39, 41-45 классов МКТУ. Таким образом, услуги 35 класса МКТУ были исключены из перечня испрашиваемых товаров и услуг противопоставленного обозначения [6], ввиду чего противопоставленное обозначение [6] в части услуг 35 класса не анализируется.

Анализ услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения и услуг 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [2, 3, 5], в отношении которых предоставлена правовая охрана, показал следующее.

Противопоставленные товарные знаки [2, 3, 5] зарегистрированы в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ:

[2] – распространение образцов, сбыт товаров через посредников.

[3] – услуги оптовой и розничной продажи товаров 06 класса, в том числе услуги оптовой и розничной продажи товаров 06 класса через магазины и с использованием Интернет-сайтов.

[5] – закупка товаров, экспортно-импортные операции, маркетинг, реклама, информация коммерческая, профессиональные консультации, включенные в 35 класс, помощь в управлении коммерческими и промышленными операциями, организация деловых и коммерческих выставок.

Позиции 35 класса МКТУ, в отношении которых, в том числе, предоставлена правовая охрана противопоставленным товарным знакам [2, 3, 5], относятся к такой родовой группе услуг как: услуги в области рекламы, услуги по продвижению товаров и услуг, услуги в сфере бизнеса.

Сравнительный анализ перечня услуг 35 класса заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2, 3, 5] показал, что часть испрашиваемых услуг 35 класса также относится к одной родовой группе «услуги в области рекламы», а именно: *«агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; макетирование рекламы; написание рекламных текстов; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; презентация товаров на всех медиа-средствах с целью розничной продажи; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных*

материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; услуги PPS; написание текстов рекламных сценариев; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц», «услуги по продвижению товаров и услуг», а именно: «агентства по импорту-экспорту; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа оптовая и розничная товаров; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по оптовой и розничной торговле товарами; проведение аукционов; услуги лидогенерации; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; прогнозирование экономическое; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; аренда кассовых аппаратов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек; прокат торговых стендов; управление процессами обработки заказов товаров», услуги в сфере бизнеса, а именно: «управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; 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; менеджмент спортивный; исследования в области бизнеса; оценка коммерческой деятельности; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; 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; услуги коммерческого лоббирования; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; проведение коммерческих мероприятий; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса, подготовка исследований рентабельности бизнеса; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; подготовка исследований рентабельности бизнеса; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; аренда офисного оборудования в коворкинге; прокат офисного оборудования и аппаратов; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; посредничество коммерческое; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; услуги административные по переезду предприятий», а также услуги в области бухгалтерского учета «анализ себестоимости; аудит

коммерческий; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; подготовка платежных документов; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги по подаче налоговых деклараций» и кадровые услуги «бюро по найму; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; написание резюме для третьих лиц; тестирование психологическое при подборе персонала; управление деятельностью внештатных сотрудников» и, соответственно, заявленные позиции, относящиеся к данной родовой категории, являются однородными услугами 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [2, 3, 5].

Заявленные услуги 35 класса МКТУ, относящиеся к информационно-справочным услугам, а именно: «ведение автоматизированных баз данных; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; организация подписки на газеты для третьих лиц; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации через веб-сайты; регистрация данных и письменных сообщений; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; агентства по коммерческой информации; обзоры печати; предоставление деловой информации; 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 перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; пресс-службы; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях; службы по связям с прессой; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; услуги по

составлению перечня подарков; предоставление информации телефонных справочников» являются однородными с услугами 35 класса МКТУ «информация коммерческая» противопоставленного товарного знака [3], так как они представляют собой услуги информационные.

Кроме того, коллегия отмечает, что позиции 35 класса МКТУ *«онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц»* являются однородными с услугами 35 класса МКТУ, противопоставленных товарных знаков [2, 5], так как относятся к услугам реализации товаров.

Вышеуказанные услуги 35 класса заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2, 3, 5] в большей части являются тесно связанными друг с другом, имеют общее назначение, область применения, круг потребителей, используются в одном сегменте рынка, соотносятся как род/вид.

Другая же часть заявленных услуг 35 класса МКТУ (*абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; запись сообщений [канцелярия], обработка текста, услуги машинописные, услуги секретарские, услуги стенографистов, услуги фотокопирования; прокат фотокопировального оборудования*) относится к услугам секретарским и услугам связи и не является однородной с услугами 35 класса противопоставленных товарных знаков [2, 3, 5].

Резюмируя вышеизложенное коллегия полагает, что в отношении части услуг 35 класса МКТУ и всех товаров и услуг 09, 16, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ правовая охрана не может быть предоставлена заявленному обозначению по заявке №2022777042 на основании положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса, так как в данной части установлено сходство до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам №734525,

№678377, №150380, №223159 и заявкой №2022775822 в отношении однородных товаров и услуг 09, 16, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ.

В то же время, заявленное обозначение соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ, а именно: *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; запись сообщений [канцелярия]; обработка текста; услуги машинописные; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги фотокопирования; прокат фотокопировального оборудования»*, так как перечисленные позиции не являются однородными с услугами, указанными в перечне противопоставленных товарных знаков №678377, №150380 и №223159.

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

удовлетворить возражение, поступившее 20.05.2023, отменить решение Роспатента от 20.02.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022777042.