

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее Правила), рассмотрела возражение, поступившее 26.12.2022, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Карьерум», Эстония, Таллин, (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021768141, при этом установила следующее.

Заявка №2021768141 на регистрацию словесного обозначения «**ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ**» была подана на имя заявителя 19.10.2021 в отношении товаров 09, 16 классов МКТУ и услуг 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 05.09.2022 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021768141 в отношении всех заявленных товаров 09, 16 классов МКТУ и услуг 38, 41 классов МКТУ (далее – решение Роспатента).

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому, заявленное обозначение представляет собой словосочетание «Продающее резюме» (продающий – от гл. продать; продать - отдать за определенную плату. См. Интернет: <https://kartaslov.ru/значениеслова/продать>; Источник (печатная версия): Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999; (электронная версия): Фундаментальная электронная библиотека; резюме - краткий вывод из сказанного, написанного или прочитанного, сжато излагающий основные положения. См. Интернет: <https://kartaslov.ru/значение-слова/резюме>; Источник: «Толковый словарь русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова (1935-1940); (электронная версия): Фундаментальная электронная библиотека), не обладает различительной способностью поскольку широко используется в области деятельности заявителя (См. Интернет: <https://novosibirsk.hh.ru/article/301508>; <https://myresume.ru/blog/kak-sostavit-prodajushhee-rezjume-v-2020/>; <https://bosshunt.ru/question/prodayushchee-rezyume-i-soprovoditelnoe-pismo/>), указывает на назначение заявленных товаров и услуг, является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Также экспертизой указано на то, что заявленное обозначение состоит только из неохраняемого элемента, и на недостаточность сведений, представленных заявителем, о приобретении заявленным обозначением различительно способности на территории Российской Федерации.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 26.12.2022 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- обозначение «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» обладает различительной способностью само себе, так как имеет фантазийный характер и не указывает на назначение заявленных товаров и услуг 09, 16, 38, 41 классов МКТУ;

- для обозначений, обладающих различительной способностью, не требуется представление доказательств приобретения различительной способности;

-под заявленным обозначением заявитель предоставляет обучающий инфопродукт – курс «Продающее резюме» <https://careerum.com/ru-ru/class/resume>

- данный обучающий курс является инфопродуктом – то есть это знания и умения, упакованные в товар в виде вебинара, видео- или аудиокурса, книги, чек-листа и так далее, которые способны закрыть определенные потребности покупателей;

- согласно информации о курсе <https://careerum.com/ru-ru/class/resume> курс «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» включает в себя: видео-лекцию, ее запись + бонусные материалы: рабочая тетрадь для практических заданий, гайд по работе над резюме с конкретными примерами, шаблоны трех видов резюме на двух языках, советы по улучшению резюме;

- курс «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» - это не само резюме как документ, а комплексный информационный продукт;

- только после домисливания, потребитель выстроит цепочку ассоциаций, что в данном случае мастер-класс научит правильно «продавать» свои навыки потенциальным работодателям;

- заявитель не продает готовые резюме (бумажные или электронные) и не оказывает услуги по написанию резюме. Среди заявленных классов указанные товары и услуги не встречаются.

- заявленные товары и услуги ориентированы на другую сферу – обучение, продажа онлайн курсов и мастер-классов (обучающие инфопродукты) 09 и 16 классы МКТУ направлены на защиту обозначения для обучающих материалов – рабочих тетрадей, видеокурсов, программного обеспечения, других материалов для обучения. Блокноты, ручки, эмблемы могут распространяться на мастер-классах; 38 и 41 классы МКТУ направлены на защиту обозначения для услуг по обучению, в том числе с использованием собственных онлайн сервисов;

- заявитель согласен, что часть товаров 09, 16 классов МКТУ могут охватывать резюме как электронный или бумажный документ, в связи с чем просит внести уточнения 09 класс МКТУ: *публикации электронные загружаемые, за исключением резюме; файлы изображений загружаемые, за исключением резюме;* 16 класс МКТУ:

бланки, за исключением резюме; изображения графические, за исключением резюме; материалы графические печатные, за исключением резюме; продукция печатная, за исключением резюме;

- заявитель (эстонская компания Careerum OÜ) – создатель проекта по сопровождению русскоязычных профессионалов в построении карьеры в любой стране «Careerum» (<https://careerum.ru/>). Основатель и управляющий проектом «Careerum» – Ольга Лермонтова (<https://careerum.com/ru-ru/team>). Проект Careerum – известная, зарекомендовавшая себя платформа по карьерным вопросам, повышению профессиональных навыков и компетенция, релокации и другим вопросам, широко представлена в Интернете на следующих площадках с большой аудиторией;

- на данный момент обозначение «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» много кем используется, однако, обозначение «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» для названия инфопродукта (а не самого резюме) было введено в оборот именно заявителем в 2017 году. Еще в 17.05.2017 заявитель рассказывает об инфопродукте – «Продающее резюме» (https://www.youtube.com/watch?v=Q5C3WS8T_Ao). YouTube канал – «Careerum» на 26.12.2022 имеет аудиторию 38,7 тыс. подписчиков;

- ссылки на ресурсы, представленные экспертизой в решении об отказе, подтверждают это: они либо датированы более поздней датой (<https://myresume.ru/blog/kak-sostavit-prodajushhee-rezjume-v-2020>; <https://bosshunt.ru/question/prodayushchee-rezyume-i-soprovoditelnoe-pismo/>), либо относятся непосредственно к резюме как документу (<https://novosibirsk.hh.ru/article/301508>).

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» в отношении заявленных товаров и услуг с учетом приведенных в возражении уточнений 09, 16 классов МКТУ.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Скриншоты сайтов с информацией об использовании обозначения «Продающее резюме» заявителем;
2. Скриншоты страниц сайтов, на которые ссылается экспертиза в

уведомлении от 31.01.2022.

На заседании по рассмотрению возражения, состоявшемся 03.02.2023, коллегий были выявлены дополнительные основания, препятствующие регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, а именно: заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения с товарным знаком по свидетельству №842558 зарегистрированным в отношении однородных товаров и услуг 09, 38, 42 классов МКТУ.

Ознакомившись с дополнительными основаниями, заявителем 16.03.2023 и 03.05.2023 были направлены дополнения, в которых он указывает следующее:

- заявитель просит скорректировать перечень испрашиваемых к регистрации товаров следующим образом:

16 - альбомы; баннеры бумажные; бейджи именные [офисные принадлежности]; бланки, за исключением резюме; блокноты; брошюры; буклеты; бумага; бумага упаковочная; бюллетени; информационные; гравюры; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные; журналы [издания периодический]; закладки для книг; издания периодические; издания печатные; изображения графические за исключением резюме; календари; картинки; карточки; книги; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; листовки; марки почтовые; материалы графические печатные за исключением резюме; материалы для обучения [за исключением приборов]; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; обложки [канцелярские товары]; обложки; защитные для книг; открытки поздравительные; открытки почтовые; пакетики бумажные; папки на кольцах; папки-картотеки [канторские принадлежности]; печати [канцелярские товары]; планшеты с зажимом; приборы письменные; принадлежности канторские, за исключением мебели; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; продукция печатная за исключением резюме; тетради; товары писчебумажные; учебники [пособия]; итемпели [печати]; эмблемы

[клейма бумажные]; эстампы [гравюры]; этикетки из бумаги или картона.

41 - обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; переподготовка профессиональная; предоставление видео файлов обучающих онлайн, незагружаемых; предоставление информации по вопросам образования; предоставление незагружаемых обучающих фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление электронных обучающих публикаций онлайн, незагружаемых, в том числе рабочих тетрадей и других файлов, используемых в обучающих курсах, за исключением резюме: проведение экзаменов; производство обучающих фильмов, за исключением рекламных; прокат обучающих видеофильмов; тьюторинг; услуги клубов- [развлечение или просвещение]; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; предоставление материалов для обучения электронных, незагружаемых;

- товары/услуги, в отношении которых зарегистрирован товарный знак «РЕЗЮМЕ», не являются однородными товарам 16 класса МКТУ и услугам 41 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация обозначения «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ».

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегией было установлено следующее.

С учетом даты подачи (19.10.2021) заявки № 2021768141 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Указанные в пункте 34 Правил элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения (пункт 35 Правил).

Положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- приобрели различительную способность в результате их использования;
- состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с 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).

Заявленное обозначение « **ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ** » по заявке №2021768141 выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

В рамках несоответствия заявленного обозначения требованиям, изложенным

в пункте 6 статьи 1483 Кодекса, ему был противопоставлен товарный знак «

REZUME

» по свидетельству №842558, выполненный стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарного знака действует в отношении широкого перечня товаров 09 класса МКТУ, услуг 38, 42 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Согласно корреспонденции от 03.05.2023 заявителем был скорректирован перечень испрашиваемых к регистрации товаров и услуг, а именно правовая охрана испрашивается в отношении товаров и услуг:

16 - альбомы; баннеры бумажные; бейджи именные [офисные принадлежности]; бланки, за исключением резюме; блокноты; брошюры; буклеты; бумага; бумага упаковочная; бюллетени информационные; гравюры; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные; журналы [издания периодический]; закладки для книг; издания периодические; издания печатные; изображения графические за исключением резюме; календари; картинки; карточки; книги; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; листовки; марки почтовые; материалы графические печатные за исключением резюме; материалы для обучения [за исключением приборов]; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; обложки [канцелярские товары]; обложки защитные для книг; открытки поздравительные; открытки почтовые; пакетики бумажные; папки на кольцах; папки-картотеки [канторские принадлежности]; печати [канцелярские товары]; планшеты с зажимом; приборы письменные; принадлежности канторские, за исключением мебели; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; продукция печатная за исключением резюме; тетради; товары писчебумажные; учебники [пособия]; штемпели [печати]; эмблемы [клейма бумажные]; эстампы [гравюры]; этикетки из бумаги или картона.

41 - обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и

проведение семинаров; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; переподготовка профессиональная; предоставление видео файлов обучающих онлайн, незагружаемых; предоставление информации по вопросам образования; предоставление незагружаемых обучающих фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление электронных обучающих публикаций онлайн, незагружаемых, в том числе рабочих тетрадей и других файлов, используемых в обучающих курсах, за исключением резюме: проведение экзаменов; производство обучающих фильмов, за исключением рекламных; прокат обучающих видеофильмов; тьюторинг; услуги клубов- [развлечение или просвещение]; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; предоставление материалов для обучения электронных, незагружаемых.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение представляет собой словосочетание «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ», в котором главным словом является существительное «РЕЗЮМЕ» (где: резюме это составленный по определенным правилам набор сведений о претенденте на работу).

Противопоставленный товарный знак представляет транслитерацию русского слова «резюме».

Сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака обусловлено фонетическим и семантическим вхождением словесного элемента [РЕЗЮМЭ] в заявленное обозначение, что приводит к ассоциированию знаков в целом.

Поскольку сравниваемые обозначения выполнены стандартным шрифтом, то графический критерий сходства не является превалирующим.

В отношении степени сходства сравниваемых обозначений, коллегия отмечает, что в состав заявленного обозначения полностью входит основной индивидуализирующий элемент противопоставленного товарного знака, следовательно, не представляется возможным признать степень сходства

заявленного и противопоставленного товарного знака низкой.

Анализ однородности испрашиваемого к регистрации перечня товаров и услуг 16, 41 класса МКТУ и противопоставленных товаров 09 класса МКТУ и услуг 38, 42 классов МКТУ, показал следующее.

Часть испрашиваемых товаров 16 класса МКТУ *«доски, щиты для объявлений бумажные или картонные»* являются однородными противопоставленным товарам 09 класса МКТУ *«доски интерактивные электронные; доски объявлений электронные»*, поскольку соотносятся между собой как род-вид товаров, имеют одно и то же назначение, условия реализации и круг потребителей.

Часть испрашиваемых товаров 16 класса МКТУ *«альбомы; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; журналы [издания периодический]; издания периодические; издания печатные; изображения графические за исключением резюме; календари; картинки; карточки; книги; листовки; материалы графические печатные за исключением резюме; материалы для обучения [за исключением приборов]; продукция печатная за исключением резюме; учебники [пособия]»*, представляют собой публикации (в печатном или электронном виде). Следует отметить, что публикация - доведение чего-либо до всеобщего сведения посредством печати, радиовещания или телевидения; изданное произведение или документ, доступный для массового использования. [ГОСТ 7.0 99]. Вышеуказанные товары 16 класса МКТУ следует признать однородными таким противопоставленным товарам 09 класса МКТУ как *«публикации электронные загружаемые»*. Сравнимые товары соотносятся как род-вид товаров, имеют одно и то же назначение, то есть представляют собой тот или иной документ, который может быть доведен до всеобщего сведения, как путем печатного издания так и в виде электронной публикации. Маркированные сходными обозначением данные товары могут быть смешаны в гражданском обороте.

Часть испрашиваемых услуг 41 класса МКТУ *«предоставление электронных обучающих публикаций онлайн, незагружаемых, в том числе рабочих тетрадей и других файлов, используемых в обучающих курсах, за исключением резюме; предоставление материалов для обучения электронных, незагружаемых»* следует

признать однородными противопоставленным товарам 09 класса МКТУ «публикации электронные загружаемые», поскольку испрашиваемые к регистрации могут оказываться в отношении противопоставленных товаров.

Остальная часть испрашиваемых товаров 16 класса МКТУ и услуг 41 класса МКТУ не является однородной противопоставленным товарам и услугам 09, 38, 42 классов МКТУ.

Вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров/услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства заявленного обозначения и противопоставленного знака и однородность товаров и услуг, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении части испрашиваемых товаров 16 класса МКТУ *«доски, щиты для объявлений бумажные или картонные; альбомы; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; журналы [издания периодический]; издания периодические; издания печатные; изображения графические за исключением резюме; календари; картинки; карточки; книги; листовки; материалы графические печатные за исключением резюме; материалы для обучения [за исключением приборов]; продукция печатная за исключением резюме; учебники [пособия]»* и услуг 41 класса МКТУ *«предоставление электронных обучающих публикаций онлайн, незагружаемых, в том числе рабочих тетрадей и других файлов, используемых в обучающих курсах, за исключением резюме; предоставление материалов для обучения электронных, незагружаемых»*.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Согласно словарно-справочным источникам информации (см. Интернет словарь: <https://dic.academic.ru/> Толковый словарь Даля. В.И. Даль. 1863-1866. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М. 479 с.. 1999.) словесный элемент «резюме» имеет значение - составленный по определенным правилам набор сведений о претенденте на работу, а словесный элемент «продающее» образовано от глагола «продавать» - отдать за деньги, променять на деньги.

Учитывая вышеприведенные значения, обозначение «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» способно восприниматься в значение инструмента саморекламы претендента на работу, или как резюме, обращающее на себя внимание работодателя.

Вышеизложенное подтверждается сведениями сети Интернет, представленными в решении Роспатента от 05.09.2022, например, в статье «Продающее резюме: как составить и заставить его работать», размещенной 29.02.2016 на сайте <https://novosibirsk.hh.ru/article/301508>, «Эксперт сервиса «Готовое резюме» Юлия Еремеева рассказала, какие блоки в резюме можно назвать продающими и как обратить на них внимание рекрутера.»

Таким образом, в отношении испрашиваемых товаров 16 класса МКТУ таких как *«альбомы; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; журналы [издания периодические]; издания периодические; издания печатные; книги; листовки; материалы для обучения [за исключением приборов]; изображения графические за исключением резюме; материалы графические печатные за исключением резюме; продукция печатная за исключением резюме; учебники [пособия]»*, которые относятся к учебным пособиям, печатным изданиям/продуктам, соответственно могут содержать в себе информацию об эффективных методах составления резюме, а также в отношении части услуг 41 класса МКТУ *«обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; переподготовка*

профессиональная; предоставление видео файлов обучающих онлайн, незагружаемых; предоставление информации по вопросам образования; предоставление незагружаемых обучающих фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление электронных обучающих публикаций онлайн, незагружаемых, в том числе рабочих тетрадей и других файлов, используемых в обучающих курсах, за исключением резюме: проведение экзаменов; производство обучающих фильмов, за исключением рекламных; прокат обучающих видеофильмов; тьюторинг; услуги клубов- [просвещение]; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; предоставление материалов для обучения электронных, незагружаемых», которые представляют собой образовательные услуги или создание/распространение обучающих видео, тематикой которых в свою очередь может быть обучение составлению резюме, обозначение «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» способно восприниматься как их прямая характеристика, указывающая на назначение этих товаров и услуг, сферы их применения.

Сам заявитель, компания Careerum (<https://careerum.ru/>) использует обозначение «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» для образовательного курса результатом изучения которого может стать «сильное резюме, которое станет конкурентным преимуществом в любой международной компании».

Таким образом, в отношении вышеуказанных товаров 16 класса МКТУ и услуг 41 класса МКТУ заявленное обозначение не обладает различительной способностью, не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

По отношению к остальным товарам 16 класса МКТУ *«баннеры бумажные; бейджи именные [офисные принадлежности]; бланки, за исключением резюме; блокноты; бумага; бумага упаковочная; гравюры; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные; закладки для книг; календари; картинки; карточки; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; марки почтовые; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; обложки [канцелярские*

товары]; обложки защитные для книг; открытки поздравительные; открытки почтовые; пакетики бумажные; папки на кольцах; папки-картотеки [канторские принадлежности]; печати [канцелярские товары]; планшеты с зажимом; приборы письменные; принадлежности канторские, за исключением мебели; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; тетради; товары писчебумажные; штемпели [печати]; эмблемы [клейма бумажные]; эстампы [гравюры]; этикетки из бумаги или картона», а также услуге 41 класса МКТУ «услуги клубов- [развлечение]» заявленное обозначение носит фантазийный характер ввиду неправдоподобных ассоциаций связанных с семантикой заявленного обозначения, в связи с чем, абсолютное большинство потребителей, обладающих определенным жизненным опытом, не способно поверить в то, что обозначение «ПРОДАЮЩЕЕ РЕЗЮМЕ» указывает на вид и назначение вышеприведенных товаров и услуг. Таким образом, в отношении вышеперечисленных товаров и услуг 16 и 41 классов МКТУ заявленное обозначение соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вышеизложенный анализ показал, что заявленному обозначению может быть предоставлена правовая охрана в отношении товаров 16 класса МКТУ «баннеры бумажные; бейджи именные [офисные принадлежности]; бланки, за исключением резюме; блокноты; бумага; бумага упаковочная; гравюры; закладки для книг; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; марки почтовые; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; обложки [канцелярские товары]; обложки защитные для книг; открытки поздравительные; открытки почтовые; пакетики бумажные; папки на кольцах; папки-картотеки [канторские принадлежности]; печати [канцелярские товары]; планшеты с зажимом; приборы письменные; принадлежности канторские, за исключением мебели; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; тетради; товары писчебумажные; штемпели [печати]; эмблемы [клейма бумажные]; эстампы [гравюры]; этикетки из бумаги или картона», услуг 41 класса МКТУ «услуги

клубов- [развлечение]».

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

удовлетворить возражение, поступившее 26.12.2023, отменить решение Роспатента от 05.09.2022 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021768141.