


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью 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 апреля 2020 г. № 644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 г. № 59454, вступившими в силу 06.09.2020, рассмотрела возражение, поступившее 26.04.2023, поданное ООО Борисоглебского котельно-механического завода «Торговый дом «Олимп», г. Курск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022713405, при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке № 2022713405 было подано 03.03.2022 на регистрацию товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022713405 было принято 14.01.2023 на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Со ссылкой на Федеральный закон от 04.12.2007 №329-ФЗ (ред. от 03.11.2015) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», статья 11 «Олимпийское движение, Олимпийский комитет России», и на Федеральный закон от 27.12.2009

№379-ФЗ (в ред. от 21.07.2014) «Об организации и проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» под олимпийской символикой понимаются наименования «Олимпийский», «Олимпиада», «Сочи 2014», «Olympic», «Olympian», «Olympiad», «Olympic Winter Games», «Olympic Games», «Sochi 2014» и образованные на их основе слова и словосочетания, олимпийские символ, огонь, факел, флаг, гимн, девиз, а также эмблемы, символы и сходные с ними обозначения Олимпийских игр и олимпийских игр, предшествующих им и следующих за ними, в связи с чем регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака (знака обслуживания) возможна лишь с разрешения Олимпийского комитета России, поскольку в противном случае - данная регистрация способна ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров, а также лица, оказывающего услуги, и, кроме того, противоречит общественным интересам в соответствии с положениями, предусмотренными пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса заявленное обозначение сходно до степени смешения с серией товарных знаков "OLYMPIC", "OLYMPIAN", "Olimpjski", зарегистрированных на имя Comite International Olympique, Chateau de Vidy CH-1007 Lausanne международные регистрации № 787298 с конвенционным приоритетом от 23.04.2002, № 1019494 с конвенционным приоритетом от 15.05.2009, № 1056066 с приоритетом от 28.09.2010, № 1128501 с конвенционным приоритетом от 16.09.2011, № 1128499 с конвенционным приоритетом от 16.09.20011 для однородных услуг 35, 36 классов МКТУ.

Кроме того, заявленное обозначение сходно:

- с заявленным на регистрацию обозначением со словесным элементом «Олимп» под №2022703619 с датой приоритета от 25.01.2022 на имя ООО "Клинико-диагностические лаборатории ОЛИМП", г. Омск, для однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «OLYMP», зарегистрированным под № 678866 с датой приоритета от 29.10.2017, зарегистрированным на имя ООО "СТРОНГМЭН НУТРИШН", г.Грозный, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с серией товарных знаков со словесным элементом «OLIMP», зарегистрированных под № 323483 с датой приоритета от 30.11.2004, под № 281376 с датой приоритета от 26.12.2003, № 650806 с датой приоритета от 22.12.2016 и №915438 (ранее заявленное на регистрацию обозначение № 2021728142) с приоритетом от 07.05.2021 на имя Браилова Юрия Владимировича, Москва, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком со словесным элементом «ОЛИМП», зарегистрированным под № 140264 с датой приоритета от 18.12.1992, на имя АО "Олимп", Москва, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком со словесным элементом «OLYMP», зарегистрированным под № 770502 с датой приоритета от 27.06.2019, на имя Басманова Дмитрия Николаевича, Тверская область, Удомельский район, д. Перхово, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком со словесным элементом «Олимп», зарегистрированным под № 767592 с датой приоритета от 27.12.2018, на имя Баланюк Александра Дмитриевича, Ульяновская область, г. Димитровград, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком со словесным элементом «Олимп», зарегистрированным под № 228518 с датой приоритета от 13.09.2000, на имя АО "АККОНД", 428022, Чувашская респ., г.Чебоксары, в отношении услуг 42 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ.

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для всех заявленных услуг 35 на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Также со ссылкой на уведомление о результатах проверки соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства, направленного заявителю, в заключении указано, что входящий в заявленное обозначение словесный элемент «СТРОЙ», представляющий собой первую часть слов со значением строительный (см. Толковый словарь русского языка, С. И. Ожегов и Н. Ю. Шведова, Москва, изд. «Азбуковник», 1999, стр. 774), не обладает различительной способностью, указывает на вид оказываемых услуг, в связи с чем является неохраняемым элементом на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса для заявленных услуг 35 класса МКТУ.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 26.04.2023, заявителем выражено несогласие с решением Роспатента.

В защиту своей позиции заявитель приводит следующие доводы:

Слово «СТРОЙ» в значении, указанном в уведомлении как «первая часть слов со значением строительный» не указывает на вид заявленных услуг 35 класса МКТУ, не связанных со строительством. В словесном элементе заявленного обозначения «ОЛИМП СТРОЙ» слово «СТРОЙ» является завершающим, после него не следует других буквосочетаний, позволяющих считать это слово первой частью другого слова с указанным экспертизой значением. В силу чего слово воспринимается в отношении заявленных услуг фантазийным и является охраноспособным.

Слово «СТРОЙ» имеет целый спектр возможных значений и не интерпретируется однозначно как первая часть слов, связанных со строительством. При этом указание на конкретно строительные работы при использовании слова «СТРОЙ» возможно только при наличии соответствующего контекста, который в заявленном обозначении отсутствует.

Заявленное обозначение не ассоциируется с олимпийской символикой, не ассоциируется с Международным олимпийским комитетом и (или) Международным паралимпийским комитетом, Олимпийским комитетом России или уполномоченными ими организациями как с поставщиками заявленных услуг 35 класса МКТУ.

Слово «Олимп» не входит в установленный указанными законами перечень олимпийской символики. Слово «Олимп» не входит и не поименовано в законах о проведении Олимпийских и Параолимпийских игр как ограниченное в использовании.

Отсутствует доказательство того, что у адресной группы потребителей заявленных услуг слово «ОЛИМП» вызывает стойкую ассоциацию с олимпиадой. Аналогичные выводы изложены в постановлениях Суда по интеллектуальным правам от 06.12.2018 по делу № А49-10974/2017, от 20.05.2021 по делу № А32-46281/2020.

У адресной группы потребителей заявленных услуг не могло возникнуть (и сохраниться) стойкой ассоциативной связи между этими услугами и Олимпийскими комитетами, поскольку никакие услуги 35 класса МКТУ не предлагались потребителям под этим обозначением.

Материалы делопроизводства по заявке не содержат доказательств того, что у адресной группы потребителей заявленных услуг слово «ОЛИМП» вызывает стойкую ассоциацию с олимпиадой, олимпийской символикой или Олимпийским комитетом России как лицом, оказывающим услуги.

Заявитель полагает, что заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, поскольку сравниваемые обозначения имеют фонетические отличия, отличаются по составу и количеству букв, звуков и слогов.

Заявленное обозначение имеет оригинальное графическое исполнение и своеобразное композиционное решение, отличное от всех имеющихся противопоставлений.

Смысловое значение заявленного обозначения требует додумывания, что само по себе существенно увеличивает различительную способность обозначения и исключает его сходство с противопоставленными знаками.

По мнению заявителя, деление обозначения на два независимых словесных элемента является неверным трактованием заявленного обозначения, поскольку заявленное обозначение состоит из двух сильных значимых слов, которые образуют словосочетание.

Заявленное обозначение включает в себя словесные элементы «ОЛИМП» и «СТРОЙ». При этом оба элемента, в зависимости от особенностей восприятия конкретного потребителя, одинаково претендуют на роль сильного элемента, что не

позволяет судить о том, что отличия сравниваемых обозначений обусловлены в части слабого элемента.

Заявитель полагает, что заявленное обозначение способно вызывать различные ассоциации на основании его семантических значений, в том числе «Олимпийский ряд», «Божественный строй», «расположенные в ряд горы», «божественная гармония» и пр. Вообще заявляемое обозначение представляет собой созданный автором девиз, лозунг – Строй Олимп, поэтому не сходно с противопоставлениями по семантическому критерию.

Экспертная практика свидетельствует о наличии большого числа товарных знаков с элементами «ОЛИМП» и «СТРОЙ» и об их бесконфликтном существовании.

Само по себе наличие в товарных знаках частей «ОЛИМП» и «СТРОЙ» не свидетельствует о безусловном сходстве до степени смешения с другими товарными знаками, имеющими в своем составе эти слова.

В подтверждение указанного заявитель приводит ссылки на товарные знаки, включающие в свой состав словесный элемент «ОЛИМП/OLIMP» (свидетельства №230402, №272798, №783062, №525677, №182933, №319404, №87874, №106766, №293823, №131917, №371189, №691958, №448103, №309401, №348201, №831799, №390051, №737030, №612618, №391673, №646649, №550357, №251925, международная регистрация №1397802.

Заявитель полагает, что факт одновременного использования многими лицами совпадающих или сходных элементов товарных знаков и обозначений может быть учтен при оценке значимости указанных элементов в сравниваемых товарных знаках и обозначениях для целей индивидуализации соответствующих товаров и услуг. В частности, с учетом конкретных обстоятельств может быть сделан вывод о том, что совпадение или сходство одного из элементов в сравниваемых товарных знаках и обозначениях само по себе не ведет к их сходству до степени смешения.

Заявитель также обращает внимание на то, что обозначение «ОЛИМПСТРОЙ» является фирменным наименованием заявителя, который с 2013 года является владельцем и администратором домена <https://olimpbor.ru/>, на котором расположен официальный сайт и интернет-магазин компании. С 2013 года сайт заявителя активно и

непрерывно функционирует, предлагая товары и услуги под заявленным обозначением, благодаря чему сформировалась положительная деловая репутация бренда заявителя, в связи с чем заявленное обозначение в целом и его элементы в отдельности воспринимаются потребителем как средство индивидуализации услуг именно заявителя.

На основании изложенного заявитель, просит зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг.

На заседании коллегии, которое состоялось 01.06.2023, представителю заявителя были указаны дополнительные обстоятельства, отсутствующие в заключении по результатам экспертизы при вынесении решения, а именно: сходство заявленного обозначения до степени смешения с товарным знаком «СТРОИТЕЛЬНЫЙ ОЛИМП» по свидетельству №298000, зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ (пункт 6 (2) статьи 1483 Кодекса).

Представитель заявителя, полагая, что товарный знак по свидетельству №298000 не является сходным до степени смешения с заявленным обозначением, отказался от переноса заседания коллегии для ознакомления с дополнительными обстоятельствами и подготовки мотивированного ответа.

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

С учетом даты (03.03.2022) поступления заявки №2022713405 на регистрацию товарного знака, правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя 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 Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года №482, и введенные в действие 31 августа 2015 года (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:

1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;

2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

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.

В соответствии с пунктом 3(1) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с пунктом 3(2) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

При рассмотрении вопроса о противоречии заявленного обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии (пункт 37 Правил).

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

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

Согласно пункту 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.


При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их

реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В качестве товарного знака, как указано выше, заявлено комбинированное



обозначение «», включающее словесный элемент «Олимп», выполненный крупным шрифтом строчными с первой заглавной буквами русского алфавита, под которым расположен словесный элемент «Строй», также выполненный строчными с первой заглавной буквами русского алфавита, но более мелким шрифтом. Слева от словесных элементов расположен графический элемент, представляющий собой абстрактную геометрическую фигуру, состоящую из трех разных по размеру треугольников, равно отдаленных друг от друга, выполненных в желтом и оранжевом цветах. Вся описанная композиция расположена на сером фоне.

В заявленном комбинированном обозначении доминирующее положение занимает словесный элемент «ОЛИМП», что обусловлено крупными размерами этого элемента и его центральным, наиболее удобным для восприятия потребителем, расположением в композиции обозначения, использованием контрастного белого цвета на темном (сером) фоне, благодаря чему именно на нем акцентируется внимание потребителя.

Соответственно, именно словесный элемент «ОЛИМП» является сильным элементом в заявленном обозначении, играющим в нем основную индивидуализирующую роль.

Что касается словесного элемента «строй», то он является более слабым элементом в составе заявленного обозначения, поскольку выполнен более мелким шрифтом, при этом данный элемент в отношении заявленных услуг, в том числе связанных со строительством, является описательным, прямо указывающим на назначение

заявленных услуг 35 класса МКТУ, и для среднего российского потребителя в отношении этих услуг не требует дополнительных размышлений и домысливания (пункт 1 статьи 1483 Кодекса).

Коллегия также полагает необубедительным ничем не подтвержденный довод заявителя о том, что указанные словесные элементы образуют словосочетание, смысловое значение которого может восприниматься как «олимпийский ряд», «божественный строй», «расположенные в ряд горы», «божественная гармония», поскольку, несмотря на многозначность, которая отмечена в возражении, в отношении заявленных услуг слово «ОЛИМП» указывает на фирменное наименование заявителя - Торговый дом «Олимп», который, согласно информации, размещенной на его официальном сайте <https://olimpbor.ru/> «...специализируется на продаже строительных и отделочных материалов. Его ассортимент представлен широким выбором сантехники, оборудования для отопления и водоснабжения, межкомнатных дверей, ламината, обоев, инструмента, пластиковых панелей, металлопроката, доски, сухих смесей и многого другого».

Правовая охрана товарного знака испрашивается в желтом, оранжевом, белом, сером цветовом сочетании в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ:

абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах

данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; 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 подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью

внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческие лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческие программы возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекеничников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листовок; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; 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; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; хэдхантинг; аудит деятельности предприятия; тимбилдинг; услуги бизнес – инкубаторов; организация торгово-закупочной деятельности.

В соответствии с Федеральным законом от 1 декабря 2007 г. №310-ФЗ «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (ред. от 31.12.2016), под олимпийской символикой и паралимпийской символикой понимаются не только наименования, перечисленные в пункте 1 статьи 7 Федерального закона №310-ФЗ, но и образованные на их основе слова и словосочетания.

В соответствии с Федеральным законом от 04.12.2007 №329-ФЗ (ред. от 03.11.2015) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», Федеральным законом от 04.12.2007 №329-ФЗ (ред. от 03.11.2015) «О физической культуре и спорте в

Российской Федерации», Олимпийскому комитету России принадлежит исключительное право использования собственного наименования и официального наименования «Олимпийская команда России». Использование третьими лицами в коммерческих и рекламных целях указанных наименований и образованных на их основе слов и словосочетаний осуществляется на основании соглашений, заключенных в письменной форме с Олимпийским комитетом России, за исключением случаев использования этих наименований и образованных на их основе слов и словосочетаний в целях информационного обеспечения или в связи с осуществлением указанного права третьими лицами, являющимися приобретателями права на освещение в средствах массовой информации Олимпийских игр и других международных спортивных мероприятий, проводимых Международным олимпийским комитетом, континентальными ассоциациями национальных олимпийских комитетов.

Поскольку заявителем не представлены какие-либо разрешающие документы от Международного олимпийского комитета, представителем которого в Российской Федерации является Олимпийский Комитет России, регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака (знака обслуживания) в соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса будет вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров (лица, оказывающего услуги).

Соответственно довод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса является обоснованным. Вместе с тем, коллегия полагает, что нет оснований для вывода о том, что регистрация заявленного обозначения будет противоречить общественным интересам.

В заключении по результатам экспертизы качества препятствия для регистрации товарного знака указаны следующие товарные знаки и международные регистрации:

- знак «**THE OLYMPICS**» по международной регистрации №787298 (1), правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - Advertising; business management; commercial administration; office tasks; promotion of goods and services of third parties, by means of contractual agreements, particularly sponsorship and licensing agreements in connection with international sports events; retail services.

(Реклама; управление бизнесом; коммерческое управление; офисные задачи; продвижение товаров и услуг третьих лиц посредством договорных соглашений, в частности, спонсорских и лицензионных соглашений в связи с международными спортивными мероприятиями; розничные услуги).



- знак «**OLIMPIJSKI**» по международной регистрации №1019494 (2), правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - Advertising; dissemination of advertisements via any media, namely in the form of topic-based messages centred on human values; advertising by means of sponsoring; business management; business administration; office functions; promotion of the goods and services of third parties through contractual agreements, especially partnership (sponsoring) and licence agreements, offering to build their notoriety and/or image and/or sympathy derived from the notoriety and/or image of cultural or sports events, in particular international events, and/or the sympathy derived therefrom; promotion of the goods and services of third parties by means of the initial interest factor leading the public to consider from a host of competitors, goods or services which are presented to them provided with specific symbols, emblems or messages to capture their attention; promotion of the goods and services of third parties using image transfer; rental of advertising space of all kinds and on any media, in digital or other form; business administration of the participation by national teams in an international athletic competition and promotion of support for said teams by the public and interested sectors; statistical information services.

(Реклама; распространение рекламы через любые средства массовой информации, в том числе в виде тематических сообщений, ориентированных на общечеловеческие ценности; реклама посредством спонсорства; управление бизнесом; бизнес-администрирование; офисные функции; продвижение товаров и услуг третьих лиц посредством договорных соглашений, особенно договоров о партнерстве (спонсорстве) и лицензионных соглашений, предлагая создать свою известность и/или имидж и/или симпатию, основанную на известности и/или имидже культурных или спортивных мероприятий, в конкретные международные события и/или вызванное ими сочувствие; продвижение товаров и услуг третьих сторон с помощью фактора первоначального интереса, побуждающего общественность рассматривать среди множества конкурентов товары или услуги, которые

представлены им со специальными символами, эмблемами или сообщениями, чтобы привлечь их внимание; продвижение товаров и услуг третьих лиц с использованием передачи изображений; аренда рекламных площадей всех видов и на любых носителях, в цифровом или ином виде; деловое администрирование участия национальных команд в международных спортивных соревнованиях и содействие поддержке указанных команд со стороны общественности и заинтересованных секторов; службы статистической информации).

- знак «OLYMPIAN» по международной регистрации №1056066 (3), правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - Advertising; dissemination of advertisements by any media, especially in the form of topic-based messages centred on human values; advertising via sponsoring; business management; business administration; office functions; promotion of the goods and services of others, through contractual agreements, especially through partnership (sponsoring) and licenses, offering them greater exposure and/or image strength and/or a surge of sympathy derived from that greater exposure and/or that image strength of cultural and sports events, especially international ones, and/or the surge of sympathy derived therefrom; promotion of the goods and services of others by means of what is referred to as the initial interest factor driving the public to consider, from among many competitors, goods or services that are presented to them with personal signs, emblems or messages to capture their attention; promotion of the goods and services of others by the means referred to as image transfer; rental of advertising space of all kinds and on any media, in digital or other form; business administration of the participation of national teams to an international athletic competition and promotion of support to said teams aimed at the public and interested sectors; statistical information services.

(Реклама; распространение рекламы любыми средствами массовой информации, особенно в виде тематических сообщений, сосредоточенных на общечеловеческих ценностях; реклама через спонсорство; управление бизнесом; бизнес-администрирование; офисные функции; продвижение товаров и услуг других через контрактные соглашения, особенно через партнерство (спонсорство) и лицензии, предлагая им большую известность и / или силу имиджа и / или всплеск симпатии, происходящий из этой большей известности и / или той силы имиджа культурные и спортивные мероприятия, особенно международные, и/или вызванный ими всплеск симпатии; продвижение товаров и услуг других посредством того, что называется первоначальным фактором интереса, побуждающим общественность рассматривать среди многих конкурентов товары или услуги, которые представлены им с личными знаками, эмблемами или сообщениями, чтобы захватить их внимание; продвижение товаров и услуг других с помощью средств, называемых передачей имиджа; аренда рекламных площадей всех видов и на любых носителях, в цифровом или ином виде; деловое

администрирование участия национальных команд в международных спортивных соревнованиях и оказание поддержки указанным командам, направленной на общественность и заинтересованные секторы; службы статистической информации).

- знак «**OLYMPIC**» по международной регистрации №1128501 (4), правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - Advertising; dissemination of advertisements by all media, particularly in the form of themed messages focused on human values; advertising by sponsorship (sponsoring); business management; business administration; office functions; promotion of the goods and services of others, by means of contractual agreements, particularly partnership (sponsorship) and licensing agreements, affording them with increased notoriety and/or enhanced image and/or sympathy derived from the notoriety and/or enhanced image resulting from cultural and sporting events, particularly international events and/or sympathy generated by the above; promotion of the goods and services of others by means of what is referred to as the initial interest factor driving the public to consider, from among many competitors, goods or services presented with signs, emblems or messages so as to capture its attention; promotion of the goods and services of others by means of the so-called image transfer; rental of advertising space of all type and on all media, whether digital or not; business administration of the participation of national teams to an international sports competition, and promotion intended for the public and bodies interested in providing support to the aforesaid teams; inventory management services; advice relating to stock monitoring services; advertising by means of direct marketing for others consisting in marketing of databases; advice for advertising by means of direct marketing for others consisting in marketing of databases; advisory services in connection with business reorganization; automobile and truck fleet management services, namely billing via a global computer network; advice in connection with the management of automobile and truck fleets; business administration consultancy; management of power plants of others; advice regarding management of electric power plants; commercial services, namely administration of contracts for repair and servicing; supply chain management services and advice relating to the purchase and supply in terms of chemicals and chemical services; product inventory and supply services, limitation of costs; advice, marketing, analysis of prices and costs concerning devices for electrochemical purification of liquids for industrial use; administrative, commercial and technical management of computer files; data input and processing services; consultancy regarding information technology management; management of value-added data transmission networks and computer servers (multimedia systems, interactive videography, global computer networks for telecommunications); retail sale of electric and electronic machines and apparatus (grouping, for others, of a range of goods so as to enable customers to view and purchase said goods at their convenience in a retail store carrying electrical goods); information concerning the sale of raw materials; commercial information, commercial information agencies;

rental of photocopiers; promotion of the sale of goods and services of others including by means of advertisements, promotional competitions, awarding of prizes and bonuses in the form of promotional lotteries, discounts, reduction tokens and value-added offers in connection with the use of payment cards; promotion of sporting events and competitions for use by others; promotion of concerts and of cultural events for others; organization of exhibitions for commercial or advertising purposes; provision of documentation, namely direct mail advertising, distribution of advertising material, distribution of samples; document reproduction; advertising concerning the promotion of commercial sales of goods and services for retail sale purposes; provision of information in connection with e-commerce and electronic retail sale; provision of information concerning the purchase of goods and services on line via the Internet and other computer networks; tourist documentation services, namely advertising concerning transport, travel, hotels, accommodation, food and meals, sports, entertainment and sightseeing tours, tourist agency services; maintenance of computerized databases.

(Реклама; распространение рекламы всеми средствами массовой информации, особенно в виде тематических сообщений, ориентированных на общечеловеческие ценности; реклама за счет спонсорства (спонсорства); управление бизнесом; бизнес-администрирование; офисные функции; продвижение товаров и услуг других посредством договорных соглашений, в частности партнерских (спонсорских) и лицензионных соглашений, придавая им большую известность и/или улучшенный имидж, и/или симпатию, основанную на известности и/или улучшенном имидже, являющемся результатом культурных и спортивных мероприятия, особенно международные мероприятия и/или симпатии, вызванные вышеизложенным; продвижение товаров и услуг других посредством того, что называется первоначальным фактором интереса, побуждающим общественность рассматривать среди множества конкурентов товары или услуги, представленные со знаками, эмблемами или сообщениями, чтобы привлечь ее внимание; продвижение чужих товаров и услуг посредством так называемой передачи имиджа; аренда рекламных площадей любого типа и на всех носителях, цифровых или нет; деловое администрирование участия национальных команд в международных спортивных соревнованиях, а также реклама, предназначенная для общественности и органов, заинтересованных в оказании поддержки указанным командам; услуги по управлению запасами; консультации по услугам мониторинга запасов; реклама посредством прямого маркетинга для других, состоящая в маркетинге баз данных; консультации по рекламе посредством прямого маркетинга для других, заключающиеся в маркетинге баз данных; консультационные услуги в связи с реорганизацией бизнеса; услуги по управлению парком легковых и грузовых автомобилей, а именно биллинг через глобальную компьютерную сеть; консультации в связи с управлением автомобильным и грузовым парками; консультации по управлению бизнесом; управление чужими электростанциями; консультации по управлению электростанциями; коммерческие услуги, а именно администрирование договоров на ремонт и обслуживание; услуги по управлению цепочками поставок и консультации,

касающиеся закупок и поставок химикатов и химических услуг; услуги по инвентаризации и поставке продукции, ограничение затрат; консультации, маркетинг, анализ цен и затрат на устройства для электрохимической очистки жидкостей промышленного назначения; административное, коммерческое и техническое управление компьютерными файлами; услуги ввода и обработки данных; консультации по управлению информационными технологиями; управление дополнительными сетями передачи данных и компьютерными серверами (мультимедийные системы, интерактивная видеосъемка, глобальные компьютерные сети для телекоммуникаций); розничная торговля электрическими и электронными машинами и аппаратами (группирование, для прочего, ассортимента товаров таким образом, чтобы покупатели могли просматривать и приобретать указанные товары в удобное для них время в розничном магазине, торгующем электротоварами); информация о продаже сырья; коммерческая информация, агентства коммерческой информации; аренда копировальных аппаратов; стимулирование продажи товаров и услуг других лиц, в том числе посредством рекламы, рекламных конкурсов, вручения призов и бонусов в виде рекламных лотерей, скидок, дисконтных жетонов и дополнительных предложений в связи с использованием платежных карт; продвижение спортивных мероприятий и соревнований для использования другими лицами; продвижение концертов и культурных мероприятий для других; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; предоставление документации, а именно прямая почтовая реклама, распространение рекламных материалов, распространение образцов; репродукция документа; реклама, направленная на поощрение коммерческой продажи товаров и услуг в целях розничной продажи; предоставление информации в связи с электронной коммерцией и электронной розничной торговлей; предоставление информации о приобретении товаров и услуг в режиме онлайн через Интернет и другие компьютерные сети; услуги туристической документации, а именно реклама транспорта, путешествий, гостиниц, размещения, питания и питания, спортивных, развлекательных и экскурсионных туров, турагентских услуг; ведение компьютеризированных баз данных).


- знак «**OLYMPIAD**» по международной регистрации №1128499 (5), правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - Advertising; dissemination of advertisements by all media, particularly in the form of themed messages focused on human values; advertising by sponsorship (sponsoring); business management; business administration; office functions; promotion of the goods and services of others, by means of contractual agreements, particularly partnership (sponsorship) and licensing agreements, affording them with increased notoriety and/or enhanced image and/or sympathy derived from the notoriety and/or enhanced image resulting from cultural and sporting events, particularly international events and/or sympathy generated by

the above; promotion of the goods and services of others by means of what is referred to as the initial interest factor driving the public to consider, from among many competitors, goods or services presented with signs, emblems or messages so as to capture its attention; promotion of the goods and services of others by means of the so-called image transfer; rental of advertising space of all type and on all media, whether digital or not; business administration of the participation of national teams to an international sports competition, and promotion intended for the public and bodies interested in providing support to the aforesaid teams; inventory management services; advice relating to stock monitoring services; advertising by means of direct marketing for others consisting in marketing of databases; advice for advertising by means of direct marketing for others consisting in marketing of databases; advisory services in connection with business reorganization; automobile and truck fleet management services, namely billing via a global computer network; advice in connection with the management of automobile and truck fleets; business administration consultancy; management of power plants of others; advice regarding management of electric power plants; commercial services, namely administration of contracts for repair and servicing; supply chain management services and advice relating to the purchase and supply in terms of chemicals and chemical services; product inventory and supply services, limitation of costs; advice, marketing, analysis of prices and costs concerning devices for electrochemical purification of liquids for industrial use; administrative, commercial and technical management of computer files; data input and processing services; consultancy regarding information technology management; management of value-added data transmission networks and computer servers (multimedia systems, interactive videography, global computer networks for telecommunications); retail sale of electric and electronic machines and apparatus (grouping, for others, of a range of goods so as to enable customers to view and purchase said goods at their convenience in a retail store carrying electrical goods); information concerning the sale of raw materials; commercial information, commercial information agencies; rental of photocopiers; promotion of the sale of goods and services of others including by means of advertisements, promotional competitions, awarding of prizes and bonuses in the form of promotional lotteries, discounts, reduction tokens and value-added offers in connection with the use of payment cards; promotion of sporting events and competitions for use by others; promotion of concerts and of cultural events for others; organization of exhibitions for commercial or advertising purposes; provision of documentation, namely direct mail advertising, distribution of advertising material, distribution of samples; reproduction of documents; advertising concerning the promotion of commercial sales of goods and services for retail sale purposes; provision of information in connection with e-commerce and electronic retail sale; provision of information concerning the purchase of goods and services on line via the Internet and other computer networks; tourist documentation services, namely advertising concerning transport, travel, hotels, accommodation, food and meals, sports, entertainment and sightseeing tours, tourist agency services; maintenance of computerized databases.

(Реклама; распространение рекламы всеми средствами массовой информации, особенно в виде тематических сообщений, ориентированных на общечеловеческие ценности; реклама за счет спонсорства (спонсорства); управление бизнесом; бизнес-администрирование; офисные функции; продвижение товаров и услуг других посредством договорных соглашений, в частности партнерских (спонсорских) и лицензионных соглашений, придавая им большую известность и/или улучшенный имидж, и/или симпатию, основанную на известности и/или улучшенном имидже, являющемся результатом культурных и спортивные мероприятия, особенно международные мероприятия и/или симпатии, вызванные вышеизложенным; продвижение товаров и услуг других посредством того, что называется первоначальным фактором интереса, побуждающим общественность рассматривать среди множества конкурентов товары или услуги, представленные со знаками, эмблемами или сообщениями, чтобы привлечь ее внимание; продвижение чужих товаров и услуг посредством так называемой передачи имиджа; аренда рекламных площадей любого типа и на всех носителях, цифровых или нет; деловое администрирование участия национальных команд в международных спортивных соревнованиях, а также реклама, предназначенная для общественности и органов, заинтересованных в оказании поддержки указанным командам; услуги по управлению запасами; консультации по услугам мониторинга запасов; реклама посредством прямого маркетинга для других, состоящая в маркетинге баз данных; консультации по рекламе посредством прямого маркетинга для других, заключающиеся в маркетинге баз данных; консультационные услуги в связи с реорганизацией бизнеса; услуги по управлению парком легковых и грузовых автомобилей, а именно биллинг через глобальную компьютерную сеть; консультации в связи с управлением автомобильным и грузовым парками; консультации по управлению бизнесом; управление чужими электростанциями; консультации по управлению электростанциями; коммерческие услуги, а именно администрирование договоров на ремонт и обслуживание; услуги по управлению цепочками поставок и консультации, касающиеся закупок и поставок химикатов и химических услуг; услуги по инвентаризации и поставке продукции, ограничение затрат; консультации, маркетинг, анализ цен и затрат на устройства для электрохимической очистки жидкостей промышленного назначения; административное, коммерческое и техническое управление компьютерными файлами; услуги ввода и обработки данных; консультации по управлению информационными технологиями; управление дополнительными сетями передачи данных и компьютерными серверами (мультимедийные системы, интерактивная видеосъемка, глобальные компьютерные сети для телекоммуникаций); розничная торговля электрическими и электронными машинами и аппаратами (группирование, для прочего, ассортимента товаров таким образом, чтобы покупатели могли просматривать и приобретать указанные товары в удобное для них время в розничном магазине, торгующем электротоварами); информация о продаже сырья; коммерческая информация, агентства коммерческой информации; аренда копировальных аппаратов; стимулирование продажи товаров и услуг других лиц, в том числе


посредством рекламы, рекламных конкурсов, вручения призов и бонусов в виде рекламных лотерей, скидок, дисконтных жетонов и дополнительных предложений в связи с использованием платежных карт; продвижение спортивных мероприятий и соревнований для использования другими лицами; продвижение концертов и культурных мероприятий для других; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; предоставление документации, а именно прямая почтовая реклама, распространение рекламных материалов, распространение образцов; воспроизведение документов; реклама, направленная на поощрение коммерческой продажи товаров и услуг в целях розничной продажи; предоставление информации в связи с электронной коммерцией и электронной розничной торговлей; предоставление информации о приобретении товаров и услуг в режиме онлайн через Интернет и другие компьютерные сети; услуги туристической документации, а именно реклама транспорта, путешествий, гостиниц, размещения, питания и питания, спортивных, развлекательных и экскурсионных туров, турагентских услуг; ведение компьютеризированных баз данных).

- товарный знак «  олимп » по заявке №2022703619 (6), поданной на регистрацию, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц, в том числе услуги по розничной, оптовой продаже товаров; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь].


Поскольку по данной заявке 12.05.2023 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака, он не может выступать в качестве препятствия для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по основаниям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса.



- товарный знак «  » по свидетельству №678866 (7), охраняемый, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:


35 - демонстрация товаров; продвижение товаров для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами].



- товарный знак «  » по свидетельству №323483 (8), охраняемый, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:


35 - продвижение товаров (для третьих лиц); снабженческие услуги (для третьих лиц) (закупка товаров и услуги предприятиям); услуги в области общественных отношений; услуги по размещению в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителями, все перечисленные выше услуги в отношении товаров 01, 19 классов, а также каучука, резины, гуттаперчи, асбеста, слюды и изделий из этих материалов, не относящихся к другим классам, изделий из частично обработанных пластмасс, материалов для конопачения, уплотнения и изоляции, неметаллических гибких труб; услуги в области общественных отношений.



- товарный знак «  » по свидетельству №281376 (9), охраняемый, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:


35 - услуги в области общественных отношений; услуги по управлению товарными потоками с помощью компьютеров (услуги логистиков).



- товарный знак «  » по свидетельству №650806 (10), охраняемый, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:


35 - продвижение товаров (для третьих лиц); снабженческие услуги (для третьих лиц) (закупка товаров и услуги предприятиям); услуги в области общественных отношений; услуги по размещению в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителями, все перечисленные выше услуги в отношении товаров 01, 02, 17, 19 классов, а также каучука, резины, гуттаперчи, асбеста, слюды и изделий из этих материалов, не относящихся к другим классам, изделий из частично обработанных пластмасс, материалов для конопачения, уплотнения и изоляции, неметаллических гибких труб.



- товарный знак «  » по свидетельству №915438 (11), охраняемый, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:


35 - продвижение товаров (для третьих лиц); снабженческие услуги (для третьих лиц) (закупка товаров и услуги предприятиям); услуги в области общественных отношений; услуги по размещению в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителями, все перечисленные выше услуги в отношении товаров 01, 19 классов, а также каучука, резины, гуттаперчи, асбеста, слюды и изделий из этих материалов, не относящихся к другим классам, изделий из частично обработанных пластмасс, материалов для конопачения, уплотнения и изоляции, неметаллических гибких труб.



- товарный знак «  » по свидетельству №140264 (12), охраняемый, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:


35 - реклама и сделки.



- товарный знак «  » по свидетельству №770502 (13) (словесный элемент «NAIL» является неохраняемым в составе товарного знака), зарегистрированный, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - услуги по оптовой или розничной продаже косметических товаров; услуги розничных интернет-магазинов косметических товаров.



- товарный знак «  » по свидетельству №762592 (14) (словесный элемент «MOTORS» является неохраняемым в составе товарного знака), зарегистрированный, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в

финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; 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 подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений;

редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая.

- товарный знак «ОЛИМП» по свидетельству №228518 (15), зарегистрированный, в частности, в отношении услуг 42 класса МКТУ:

42 - реализация товаров.



- товарный знак «  » по свидетельству №298000 (16), зарегистрированный, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ:

35 - реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских книг; деловая экспертиза; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; интерактивная реклама в компьютерной сети; информация деловая; информация статистическая; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по вопросам штата сотрудников; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты (для третьих лиц); организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; оценка леса на корню; оценка шерсти; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах (для третьих лиц); помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров (для третьих лиц); прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; работы машинописные; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; распространение рекламных объявлений; реклама; реклама почтой; реклама телевизионная; рекламные агентства; репродуцирование документов; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; секретарское обслуживание; систематизация информации в машинные базы данных; снабженческие услуги для третьих лиц (закупка товаров и услуги предприятиям); составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; составление с помощью компьютеров составов из товарных вагонов; стенографическое обслуживание; тестирование психологическое при найме на работу; управление гостиничными делами; услуги в области общественных отношений; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров; услуги по переезду предприятий; услуги телефонных ответчиков (для отсутствующих абонентов); фотокопирование; продвижение товаров (для третьих лиц) через всемирную компьютерную сеть.

При сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных знаков (1) – (16) коллегия руководствовалась сложившейся правоприменительной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23

апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

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. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

В данном случае сходство заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками и международными регистрациями, как правильно указано в заключении по результатам экспертизы, было установлено по фонетическому критерию, что обусловлено совпадением фонетически тождественных сильных элементов «ОЛИМП» - «OLIMP» - «ОЛИМП-/OLYMP-», занимающих доминирующее положение в композиции сравниваемых знаков, в том числе, формирующих серию товарных знаков, зарегистрированных на имя Международного Олимпийского комитета (COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE) (1) – (5) и на имя Браилова Ю.В. (8) – (11).

Однородность части заявленных услуг 35 МКТУ услугам 35 класса МКТУ, для которых зарегистрированы противопоставленные знаки (1) – (5), обусловлена принадлежностью к одним родовым услугам, относящимся к рекламе, продвижению товаров и услуг, офисным услугам, услугам по исследованию рынка и общественного

мнения, услугам в сфере бизнеса, кадровым услугам, информационно-справочным услугам.

Также часть заявленных услуг 35 класса МКТУ, относящихся к услугам по продвижению товаров и организации торгово-закупочной деятельности (*агентства по импорту-экспорту; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; услуги манекеничников для рекламы или продвижения товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций; сэмплинг; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; услуги мерчендайзеров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; организация торгово-закупочной деятельности*), однородна услугам по продвижению товаров и организации торгово-закупочной деятельности, включенным в перечень услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых охраняется серия товарных знаков (8) – (11).



Услуги, в отношении которых при этом указанные услуги содержат идентичные позиции, что дополнительно усиливает вероятность смешения сравниваемых обозначений, при этом отдельные визуальные различия между сравниваемыми обозначениями не играют существенной роли для общего вывода о сходстве сравниваемых обозначений до степени смешения.

Услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки (7), (12)-(14), также относятся к родовой группе

услуг по продвижению товаров, что определяет вывод об однородности этих услуг с соответствующими услугами, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака.

Сравнительный анализ по признакам сходства заявленного обозначения



«» с товарным знаком «» (16), который был дополнительно выявлен в качестве препятствия для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака на основании пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса, показал наличие семантического сходства словесных элементов, что обусловлено подобием заложенных в них понятий и идей, несмотря на отдельные визуальные и фонетические различия, учитывая также тождество сильных элементов «ОЛИМП», поскольку в заявленном обозначении, как указано выше, этот элемент занимает доминирующее положение, а в словосочетании «СТРОИТЕЛЬНЫЙ ОЛИМП» именно на слово «ОЛИМП» падает логическое ударение.

При этом следует отметить однородность заявленных услуг 35 класса МКТУ с услугами 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак (16), что обусловлено принадлежностью их к одним родовым и видовым группам услуг, относящихся к рекламе, продвижению товаров и услуг, по исследованию рынка и общественного мнения, офисным (конторским) услугам, услугам в области бухгалтерского учета, кадровым услугам, услугам в сфере бизнеса, включая управление закупочно-снабженческой деятельностью, информационно-справочных услуг, посреднических услуг, при этом указанные услуги содержат идентичные позиции, что дополнительно усиливает вероятность смешения сравниваемых обозначений в отношении этих услуг.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия установила, что вывод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пунктов 3(1) и 6(2) статьи 1483 Кодекса, сделанный в заключении по результатам экспертизы, на основании которого принято решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022713405, следует признать обоснованным.

Ссылки заявителя на судебные акты (постановления Суда по интеллектуальным правам от 06.12.2018 по делу № А49-10974/2017, от 20.05.2021 по делу № А32-46281/2020) не могут выступать в качестве убедительного мотива в защиту регистрации заявленного обозначения, поскольку указанные решения принимались при других фактических обстоятельствах и в иной правовой ситуации, в частности, предметом рассмотрения судебных инстанций был другой объект интеллектуальной собственности (фирменное наименование).

Что касается ссылок заявителя на регистрации товарных знаков, включающих слово «ОЛИМП» / «OLYMP» / «OLIMP», то они были произведены на различные классы товаров и услуг, кроме того, часть регистраций были произведены после представления сведений о подписании декларации о неиспользовании соответствующих товарных знаков в ущерб интересам МОК, ОКР и Олимпийского движения, которые приложены к материалам соответствующих заявок. Указанные декларации были представлены на стадии экспертизы после получения уведомлений о результатах проверки соответствия этих заявок требованиям законодательства.

Также коллегия обращает внимание на то, что товарные знаки, на которые ссылается заявитель, имеют существенные различия с заявленным обозначением, соответственно, при рассмотрении данного дела имеет место другая правовая ситуация.

Таким образом, ссылка на эти регистрации также не может являться аргументом в защиту регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.04.2023, изменить решение Роспатента от 14.01.2023 и отказать в регистрации товарного знака по заявке №2022713405 с учетом дополнительных обстоятельств.