

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный №59454), рассмотрела возражение, поступившее 21.11.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "РЕГИОН СТАЛЬ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ" (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022758555, при этом установила следующее.

Заявка №2022758555 на регистрацию комбинированного обозначения



**РЕГИОН СТАЛЬ**  
металлургическая компания

« \_\_\_\_\_ » была подана на имя заявителя 23.08.2022 в отношении товаров 06 класса МКТУ и услуг 35, 40 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 27.09.2023 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022758555 в отношении всех заявленных товаров и услуг ввиду несоответствия требованиям пунктов 1, 3, 6 статьи 1483

Кодекса (далее – решение Роспатента).

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому словесные элементы «МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ» не обладают различительной способностью и являются неохраняемыми на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, что указано заявителем в графе (526) заявки.

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «СТАЛЬ» (Сталь - твёрдый ковкий металл серебристо-серого цвета, сплав железа с углеродом и другими упрочняющими элементами / см. Интернет-словари: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/54427/сталь>, Энциклопедический словарь, 2009) не обладает различительной способностью, поскольку указывает на вид, свойства заявленных всех заявленных товаров 06 класса МКТУ и части заявленных услуг 35, 40 классов МКТУ, в связи с чем, является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Заявителем не было представлено какое-либо документальное подтверждение факта приобретения заявленным обозначением различительной способности в результате его длительного и интенсивного использования заявителем в гражданском обороте для маркировки заявленных товаров и услуг до даты подачи заявки, а также того факта, что заявленное обозначение и, в частности, словесный элемент «СТАЛЬ» ассоциируется у потребителей только с деятельностью заявителя.

Вместе с тем, с учетом словесных элементов «МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ», «СТАЛЬ» в отношении части услуг 35, 40 классов МКТУ (а именно: 35 класса МКТУ *«менеджмент спортивный; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; службы административные по медицинским направлениям; управление гостиничным бизнесом; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление*

программами часто путешествующих; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями»; 40 класса МКТУ «аппретирование бумаги; аппретирование текстильных изделий; варка пива для третьих лиц; выделка шкур; выжимание сока из плодов; вышивание; дезодорация воздуха; дробление бетона; дубление; замораживание пищевых продуктов; каландрирование тканей; консервирование пищевых продуктов и напитков; консультирование в области виноделия; копчение пищевых продуктов; крашение кожи; крашение мехов; крашение обуви; крашение текстильных изделий; крашение тканей; ламинирование; лощение мехов; набивка чучел; облучение пищевых продуктов; обработка бумаги; обработка воды; обработка древесины; обработка киноплёнки; обработка кожи; обработка краев тканей; обработка мехов; обработка мехов средствами против моли; обработка текстильных изделий средствами против моли; обработка тканей для придания водоотталкивающих свойств; обработка тканей для придания несминаемости; обработка тканей для придания огнестойкости; обработка тканей, текстильных изделий; обработка шерсти; обрамление художественных работ; освежение воздуха; отбеливание тканей; очистка воздуха; пастеризация продуктов питания и напитков; переделка одежды; переработка нефти; печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; полиграфия; помол муки; пошив одежды; производство вина для третьих лиц; производство хлеба на заказ; прокат аккумуляторов; прокат бойлеров; прокат вязальных машин; прокат климатического оборудования; прокат кондиционеров; прокат отопительных приборов дополнительных; проявление фотопленок; работы гончарные; работы переплетные; работы стеклодувные; работы шорно-седельные; размалывание;

раскрой тканей; рубка и разделка леса; сатинирование мехов; снование [ткачество]; стегание материала; сукноваление; убой скота; усадка тканей; услуги 3D-печати на заказ для третьих лиц; услуги зубных техников; услуги криоконсервации; услуги по дистилляции; услуги по обработке сыра в процессе его выращивания, созревания и выдержки; услуги портных; услуги столярные [изготовление изделий из дерева на заказ]; фасонирование мехов по заказу; фотогравировка; цветodelение; шелкография; шлифование оптического стекла») заявленное обозначение квалифицировано экспертизой как способное ввести в заблуждение потребителя относительно назначения услуг, что препятствует его регистрации на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения:




- с ранее заявленным на регистрацию обозначением «  
» по заявке № 2022730158 (1) с приоритетом от 12.05.2022г., поданным на имя Общества с ограниченной ответственностью «РЕГИОН ДЕНТАЛ СЕРВИС», Москва, в отношении однородных услуг 35, 40 классов МКТУ;


**РЕГИОН058**

- с товарным знаком «**РЕГИОН058**» по свидетельству № 798315 (2) с приоритетом от 17.04.2020г., зарегистрированным на имя Ифутина Кирилла Игоревича, г. Сергиев Посад, , в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с серией товарных знаков «  РЕГИОН », «  РЕГИОН ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ », «  РЕГИОН


», «  РЕГИОН ФИНАНСОВАЯ ГРУППА » по свидетельствам № 740681 (3), 740680 (4), 733862 (5), 733861 (6) с приоритетом от 05.09.2018г., зарегистрированными на имя Акционерного общества «Инвестиционная компания «РЕГИОН», Москва, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;




- с товарным знаком «  » по свидетельству № 688325 (7) с приоритетом от 31.01.2018г., зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «ФУРНИТУРНАЯ КОМПАНИЯ «РЕГИОН», г. Самара, в отношении однородных товаров и услуг 06, 35 классов МКТУ;

- с товарными знаками «  », «  » по свидетельствам №№ 602238 (8), 602237 (9) с приоритетом от 12.02.2015г., зарегистрированными на имя Закрытого акционерного общества «Группа компаний «РЕГИОНЫ», 103159, Москва, ул. Охотный ряд, 2, в отношении однородных услуг 35, класса МКТУ;




- с товарным знаком «  » по свидетельству № 830008 (10) с приоритетом от 26.02.2021г., зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «СПК «Регион», Московская область, г. Орехово-Зуево, в отношении однородных товаров и услуг 06, 40 классов МКТУ;





- с товарным знаком «  » по свидетельству № 463937 (11) с приоритетом от 28.03.2011г., срок действия регистрации продлен до 28.03.2031г., зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «РЕГИОНОТЕЛЬ», Ханты-Мансийский автономный округ - Югра, г. Нижневартовск, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;




- с товарным знаком «  » по свидетельству № 305235 (12) с приоритетом от 14.05.2004г., зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Торгово-Производственное предприятие «РегионЮвелир», в отношении однородных услуг 35, 40 классов МКТУ;



- с товарным знаком «» по свидетельству №295152 (13) с приоритетом от 10.12.2003г., зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Агентство недвижимости «Волга-Регион», г. Самара, в отношении однородных услуг 35, 40 классов МКТУ;

- с товарным знаком «» по свидетельству № 207894 (14) с приоритетом от 28.01.2000г., срок действия регистрации продлен до 28.01.2030г., зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Нефтяная компания «Регион», Москва, в отношении услуг 42 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком «» по свидетельству № 110999 (15) с приоритетом от 27.12.1991г., срок действия регистрации продлен до 27.12.2031г., зарегистрированным на имя Акционерного общества «РЕГИОН», Москва, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 21.11.2023 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого, сводятся к следующему:

- заявитель полагает, что заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, ввиду наличия очевидных фонетических, семантических и визуальных отличий;

- испрашиваемые регистрации товары и услуги не являются однородными противопоставленным товарам и услугам;

- слова «металлургическая компания» не подлежат самостоятельной правовой охране, вместе с тем заявитель просит учесть, что указанный элемент не занимает в заявленном обозначении доминирующего положения, в силу чего, слова «металлургическая компания» могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы;

- тот факт, что слова выполнены одинаковым шрифтом одинакового размера, а также их расположение, свидетельствуют в пользу того, что данные слова воспринимаются как словосочетание «РЕГИОН СТАЛЬ»;

- обозначение не воспринимается как указание на вид, свойства заявленных товаров, и назначение заявленных услуг, поскольку словосочетание «РЕГИОН СТАЛЬ» фантазийное и семантически нейтральное по отношению к товарам и услугам и представляет собой вымышленное, созданное автором название;

- отказ в предоставлении правовой охраны заявленному обозначению со ссылкой на то, что заявленное обозначение, в состав которого входит элемент «СТАЛЬ» для товаров и услуг 06, 35 и 40 классов МКТУ, способно ввести в заблуждение потребителей, когда было принято положительное решение по другим заявкам, в составе которых в качестве элемента содержится слово «СТАЛЬ»,



способствует появлению правовой неопределенности: товарный знак «  
» по свидетельству №653479, зарегистрирован в отношении товаров и услуг 06, 40 классов МКТУ, товарный знак «  
» по свидетельству №935864, зарегистрирован в отношении товаров 06 класса МКТУ и др.



Изучив материалы дела, коллегией было установлено следующее.

С учетом даты подачи (23.08.2022) заявки № 2022758555 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 пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается 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.

Для того чтобы понять соответствует ли обозначение требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса необходимо учитывать семантику товарного знака и те виды товаров, в отношении которых испрашивается правовая охрана.

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

Исходя из требований абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком другого лица, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

Положения, предусмотренные абзацем пятым настоящего пункта, не применяются в отношении обозначений, сходных до степени смешения с коллективными знаками.

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

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

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 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).



**РЕГИОН СТАЛЬ**  
металлургическая компания

Заявленное обозначение «**РЕГИОН СТАЛЬ**» по заявке №2022758555

является комбинированным, представляет квадрат с закругленными углами, разделенного на четыре части и слова «РЕГИОН СТАЛЬ», «МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ» расположенные на двух разных строках.

Предоставление правовой охраны товарному знаку испрашивается в отношении товаров 06 класса МКТУ и услуг 35, 40 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям, изложенным в пункте 1 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

В решении Роспатента от 27.09.2023 было установлено, что слова «МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ» не соответствуют требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных товаров и услуг 06, 35 и 40 классов МКТУ и были указаны заявителем в материалах заявки (графа 526) качестве неохраняемых элементов обозначения.

Кроме того, было установлено, что слово «СТАЛЬ» не обладает различительной способностью, поскольку указывает на вид, свойства заявленных всех заявленных товаров 06 класса МКТУ и части заявленных услуг 35, 40 классов МКТУ, в связи с чем, является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В своем возражении заявитель указывает, что обозначение «РЕГИОН СТАЛЬ» следует рассматривать как словосочетание, которое является семантически нейтральным (фантазийным), по отношению ко всем заявленным товарам и услугам.

Коллегия отмечает, что словесные элементы «РЕГИОН СТАЛЬ» не являются устойчивым словосочетанием (в отличии, например, от «Шапка Мономаха»), которое должно анализироваться без соответствующего разделения. Таким образом, коллегия исходит из анализа семантической составляющей каждого словесного элемента в отдельности.

Согласно словарно-справочным источникам информации (см. см. Интернет-словари: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/54427/сталь>, Энциклопедический словарь, 2009) слово «сталь» имеет значения: - твёрдый ковкий металл серебристо-серого цвета, сплав железа с углеродом и другими упрочняющими элементами /)

Согласно пункту 1.2. Информационной справки<sup>1</sup> оценка обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса производится исходя из восприятия этого обозначения рядовым, средним потребителем соответствующего товара в Российской Федерации – адресатом товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак или испрашивается регистрация товарного знака.

Одно и то же обозначение способно в глазах потребителей вызывать различные ассоциации в отношении разных товаров. Например, в пункте 3 Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений, утвержденных приказом Российского агентства по патентам и товарным знакам от 23.03.2001 № 39 (далее – Рекомендации № 39), отмечено, что одно и то же обозначение может в отношении одних товаров быть признано описательным, в отношении других – ложным, в отношении третьих – фантазийным.

В связи с этим при рассмотрении дел об оспаривании решений Роспатента, принятых на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, учитываются имеющиеся или вероятные ассоциативные связи, возникающие у потребителей в связи с каждым товаром, для которого предоставлена или испрашивается правовая охрана спорного обозначения.

Аналогичная правовая позиция высказана в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.02.2014 по делу № СИП-75/2013, от 27.07.2015 по делу № СИП-31/2015, от 04.09.2015 по делу № СИП-140/2015 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 18.01.2016 № 300-ЭС15-17544 в

---

<sup>1</sup> Информационная справка, подготовленная по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации. Утверждена постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 № СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам.

передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано).

Все испрашиваемые к регистрации товары 06 класса МКТУ, указанные в перечне заявки представляют собой изделия из металла, в отношении данных товаров слово «СТАЛЬ» способно восприниматься как прямое указание на вид, состав и свойства.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек;*

профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров» является услугами продвижения и реализации товаров, может быть оказана по отношению к такому товару как «сталь», часть услуг 40 класса МКТУ «восстановление отходов; гальванизация; гальванопокрытие; вулканизация [обработка материалов]; гравирование; дезактивация вредных материалов; декаприрование; закалка металлов; золочение; золочение гальваническое; изготовление лодок на заказ; изготовление яхт на заказ; кадмирование; литография; литье металлов; лужение; меднение; намагничивание; никелирование; обработка абразивная; обработка металлов; обработка отходов [переработка]; обрамление художественных работ; пайка; переработка мусора и отходов; плакирование металлов; полирование с помощью абразивов; предоставление информации по вопросам обработки материалов; работы кузнечные; работы сварочные; распиловка материалов; серебрение; сжигание мусора и отходов; скрайбирование лазерное; сортировка отходов и вторично переработанных материалов [переработка]; уничтожение мусора и отходов; фрезерование; хромирование; обработка чистовая» являются услугами по обработке металлов,

могут быть оказаны в отношении такого материала как «сталь», следовательно, в отношении вышеуказанных услуг 35 и 40 класса МКТУ, словесный элемент «сталь» способен восприниматься как характеристика услуг, прямое указание на их назначение.

Таким образом, в отношении вышеперечисленных товаров и услуг словесный элемент «СТАЛЬ» не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Следует отдельно отметить, что данный элемент не занимает доминирующего положения и может быть включен в состав знака как неохраняемый элемент.

Документы, доказывающие приобретение различительной способности заявленным обозначением в отношении вышеуказанных товаров и услуг, в материалы возражения не представлены.

Следует отметить, что в отношении остальной части услуг 35 класса МКТУ *«пресс-службы; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; 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 информации телефонных справочников; организация подписки на газеты для третьих лиц; прокат офисного оборудования и аппаратов; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; прокат фотокопировального оборудования; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; регистрация данных и письменных сообщений; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; обзоры печати; составление*



налоговых деклараций; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги секретарские; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; обновление и поддержание

*информации в регистрах; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; 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; 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», услуг 40 класса МКТУ «аппретирование бумаги; аппретирование текстильных изделий; варка пива для третьих лиц; выделка шкур; выжимание сока из плодов; вышивание; дезодорация воздуха; дробление бетона; дубление; замораживание пищевых продуктов; каландрирование тканей; консервирование пищевых продуктов и напитков; консультирование в области виноделия; копчение пищевых продуктов; крашение кожи; крашение мехов; крашение обуви; пастеризация продуктов питания и напитков; переделка одежды; крашение текстильных изделий; помол муки; пошив одежды; работы*

переплетные; полиграфия; работы стеклодувные; работы шорно-седельные; снование [ткачество]; рафинирование; рубка и разделка леса; цветodelение; шелкография; шлифование оптического стекла. сатинирование мехов; сборка изделий на заказ для третьих лиц; сборка самолетов по индивидуальному заказу; размалывание; раскрой тканей; переработка нефти; составление фотокомпозиции; стегание материала; строгание материалов; сукноваление; тонирование автомобильных стекол; тонирование стекол нанесением поверхностного покрытия; убой скота; усадка тканей; услуги 3D-печати на заказ для третьих лиц; услуги зубных техников; услуги криоконсервации; услуги по дистилляции; услуги по изготовлению ключей; услуги по обработке сыра в процессе его выращивания, созревания и выдержки; услуги по окрашиванию; услуги по пескоструйной обработке; услуги по энергопроизводству; услуги портных; услуги столярные [изготовление изделий из дерева на заказ]; фасонирование мехов по заказу; фотогравировка; печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; крашение тканей; ламинирование; освежение воздуха; отбеливание тканей; очистка воздуха; производство вина для третьих лиц; производство хлеба на заказ; прокат аккумуляторов; прокат бойлеров; прокат вязальных машин; прокат климатического оборудования; прокат кондиционеров; прокат отопительных приборов дополнительных; прокат промышленных роботов для использования на производстве; прокат электрических генераторов; проявление фотопленок; работы гончарные; лощение мехов; набивка чучел; облучение пищевых продуктов; обработка бумаги; обработка воды; обработка древесины; обработка киноплёнки; обработка кожи; обработка краев тканей; обработка мехов; обработка мехов средствами против моли; обработка текстильных изделий средствами против моли; обработка тканей для придания водоотталкивающих свойств; обработка тканей для придания несминаемости; обработка тканей для придания огнестойкости; обработка тканей, текстильных изделий; обработка шерсти» словесный элемент «сталь» носит фантазийный характер ввиду неправдоподобных ассоциаций связанных с семантикой данного слова, в связи с

чем, абсолютное большинство потребителей, обладающих определенным жизненным опытом, не способно поверить в то, что слово «СТАЛЬ» указывает на назначение вышеприведенных услуг.

Анализ заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал, что словесные элементы «МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ» (где: «металлургический» является прилагательным, образованным от слова «металлургия» - (от греч. metallurgeo - добываю руду - обрабатываю металлы), область науки и техники и отрасль промышленности, охватывающие процессы получения металлов из руд или др. материалов, изменения химического состава, структуры и свойств металлических сплавов, придания металлу определенной формы. Различают пирометаллургию и гидрометаллургию. Metallургические процессы применяются также для производства неметаллических материалов, в т. ч. полупроводников. Metallургия - одна из важнейших отраслей промышленности); «компания» - торговое или промышленное товарищество см. <https://dic.academic.ru/>, Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940.) способны восприниматься в качестве указания вид деятельности предприятия, связанного с добычей и обработкой металлов.

Учитывая вышеприведенное семантическое значение регистрация заявленного обозначения со словесными элементами «МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ» в отношении части услуг 35 класса МКТУ *«менеджмент спортивный; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; службы административные по медицинским направлениям; управление гостиничным бизнесом; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными,*

гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями», части услуг 40 класса МКТУ «аппретирование бумаги; аппретирование текстильных изделий; варка пива для третьих лиц; выделка шкур; выжимание сока из плодов; вышивание; дезодорация воздуха; дробление бетона; дубление; замораживание пищевых продуктов; каландрирование тканей; консервирование пищевых продуктов и напитков; консультирование в области виноделия; копчение пищевых продуктов; крашение кожи; крашение мехов; крашение обуви; крашение текстильных изделий; крашение тканей; ламинирование; лощение мехов; набивка чучел; облучение пищевых продуктов; обработка бумаги; обработка воды; обработка древесины; обработка киноплёнки; обработка кожи; обработка краёв тканей; обработка мехов; обработка мехов средствами против моли; обработка текстильных изделий средствами против моли; обработка тканей для придания водоотталкивающих свойств; обработка тканей для придания несминаемости; обработка тканей для придания огнестойкости; обработка тканей, текстильных изделий; обработка шерсти; обрамление художественных работ; освежение воздуха; отбеливание тканей; очистка воздуха; пастеризация продуктов питания и напитков; переделка одежды; переработка нефти; печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; полиграфия; помол муки; пошив одежды; производство вина для третьих лиц; производство хлеба на заказ; прокат аккумуляторов; прокат бойлеров; прокат вязальных машин; прокат климатического оборудования; прокат кондиционеров; прокат отопительных приборов дополнительных; проявление фотопленок; работы гончарные; работы переплетные; работы стеклодувные; работы шорно-седельные; размалывание; раскрой тканей; рубка и разделка леса; сатинирование мехов; снование [ткачество]; стегание материала;

сукноваление; убой скота; усадка тканей; услуги 3D-печати на заказ для третьих лиц; услуги зубных техников; услуги криоконсервации; услуги по дистилляции; услуги по обработке сыра в процессе его выращивания, созревания и выдержки; услуги портных; услуги столярные [изготовление изделий из дерева на заказ]; фасонирование мехов по заказу; фотогравировка; цветodelение; шелкография; шлифование оптического стекла», которые никоим образом не связаны с деятельностью по добыче и обработке металлов, способна ввести потребителя в заблуждение относительно вида и назначения данных услуг, противоречит требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Перечень испрашиваемых товаров и услуг 06, 35 и 40 класса МКТУ не содержит позиций по отношению к которым словесные элементы «МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ» носит фантазийный характер.

В рамках несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса




**РЕГИОН СТАЛЬ**  
металлургическая компания

заявленному обозначению «  
» по заявке №2022758555  
были противопоставлены товарные знаки и ранее поданное обозначение (1-15),  
содержащие словесные элементы «РЕГИОН» / «РЕГИОНЫ» / «REGION» /  
«REGIONS», которые несут основную индивидуализирующую функцию:




обозначение «  
» по заявке № 2022730158 (1), товарные знаки  
РЕГИОН058

«РЕГИОН058» по свидетельству № 798315 (2) « РЕГИОН  
» по свидетельству

№740681 (3), « РЕГИОН  
ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ  
» по свидетельству №740680 (4), « РЕГИОН  
» по


свидетельству №733862 (5), « РЕГИОН  
ФИНАНСОВАЯ ГРУППА  
» по свидетельству № 733861



(6), « REGION » по свидетельству № 688325 (7) «  REGIONS GROUP » по

свидетельству № 602238 (8), «  РЕГИОНЫ группа компаний » по свидетельству № 602237 (9),



«  РЕГИОН HOTEL КВАРТИРНОГО ТИПА » по

свидетельству № 463937 (11), «  РЕГИОН ЮВЕЛИР » по свидетельству № 305235 (12),



«  РЕГИОН » по свидетельству №295152 (13), «



свидетельству № 207894 (14), «  РЕГИОН » по свидетельству № 110999 (15).

Ранее заявленное на регистрацию обозначение по заявке №2022730158 было зарегистрировано по свидетельству №987754, в том числе, в отношении услуг 40 класса МКТУ. Знаки (1, 12, 13) действуют, в том числе, в отношении услуг 35, 40 классов МКТУ. Знакам (2-6, 8, 9, 11,15) правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ. Товарный знак (7) действует, в том числе, в отношении товаров и услуг 06 и 35 классов МКТУ. Товарный знак (10) действует, в том числе, в отношении товаров и услуг 06 и 40 классов МКТУ. Знаку (14) правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 42 класса МКТУ.

Заявитель в возражении оспаривает сходство заявленного обозначения и противопоставленных знаков (1-15), а также однородность сравниваемых товаров и услуг 06, 35 и 40 классов МКТУ.

При анализе на тождество или сходство коллегия учитывала, что

заявленное обозначение представляет собой комбинированное обозначение, в котором основным несущим индивидуализирующую функцию элементом следует признать словесный элемент «РЕГИОН», именно с него начинается прочтение знака и на него в первую очередь акцентирует свое внимание потребитель.

Сопоставительный анализ по фонетическому критерию сходства сравниваемых элементов заявленного обозначения «РЕГИОН» и / «РЕГИОН» «РЕГИОНЫ» / «REGION» [РЕГИОН] / «REGIONS» [РЕГИОНЗ] противопоставленных знаков (1-15) показал их звуковое тождество (касается знаков 1-7, 10-15) и сходство (касается знаков 8, 9), которое обусловлено совпадением большинства звуков, расположенных в одинаковой последовательности и имеющих тождественное звучание.

Относительно семантического значения словесных элементов «РЕГИОН» и / «РЕГИОН» «РЕГИОНЫ» / «REGION» [РЕГИОН] / «REGIONS» [РЕГИОНЗ] заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков (1-15) коллегия отмечает, что знаки имеют семантическое сходство, поскольку способны в сознании потребителя вызывать одни и те же ассоциации связанные с каким-либо регионом (где: регион - (от лат. regio - род. п. regionis - область),1) то же, что район (в 1-м значении).2) Территория (акватория), часто очень значительная по своим размерам, не обязательно являющаяся таксономической единицей в какой-либо системе территориального членения (напр., Сибирский регион).3) Регион природный, значительная по размерам территория, обладающая некоторой общностью природных условий) (см. Интернет словарь dic.academic.ru, Большой Энциклопедический словарь. 2000.).

Графически заявленное обозначение и противопоставленные знаки (1-15) производят разное зрительное впечатление ввиду наличия или отсутствия изобразительных элементов в них. Вместе с тем, основные индивидуализирующие элементы заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков (кроме 7 и 8) выполнены буквами русского и латинского алфавита, что сближает сравниваемые обозначения



графически.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно.

Учитывая вышесказанное, коллегия приходит к выводу о том, что заявленное обозначение и противопоставленные ему знаки (1-15) имеют высокую степень фонетического сходства или фонетическое тождество, а также семантически тождественны, ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Анализ однородности испрашиваемых к регистрации товаров 06 класса МКТУ, услуг 35 и 40 классов МКТУ показал следующее.

Испрашиваемые товары 06 класса МКТУ и противопоставленные товары 06 класса МКТУ, в отношении которых действуют товарные знаки по свидетельствам №688325 (7) и №830008 (10), либо идентичны, либо объединены общеродовыми и общевиновыми признаками (металлы и сплавы, изделия из металла), являются однородными, имеют одно и то же назначение, условия реализации и круг потребителей.

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ и противопоставленные услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых действуют товарные знаки по свидетельствам №№ 602238 (8), 602237 (9), 740681 (3), 740680 (4), 733862) либо идентичны, либо объединены общеродовыми и общевиновыми признаками (реклама, реализация товаров, менеджмент в сфере бизнеса, услуги в области бухгалтерского учета, офисные услуги, услуги информационно-справочные и посреднические), являются однородными, имеют одно и то же назначение, условия оказания и круг потребителей.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок*

в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги лидогенерации; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже

товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями» являются однородными услугам 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; исследования в области маркетинга; макетирование рекламы; обновление рекламных материалов; организация выставок в рекламных целях; обзоры печати; обновление рекламных материалов; организация выставок в рекламных целях; организация торговых ярмарок в рекламных целях; представление товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продвижение товаров [для третьих лиц]; публикация рекламных текстов; радиореклама; распространение образцов; распространение рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная», в отношении которых действует товарный знак по свидетельству №463937 (11). Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин;

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; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямой почтовой; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги лидогенерации; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров» являются однородными услугам 35 класса МКТУ

*«демонстрация товаров, включенных в перечень товаров 14, 16, 20 классов; интерактивная реклама в компьютерной сети товаров, включенных в перечень товаров 14, 16, 20 классов; продвижение товаров, включенных в перечень товаров 14, 16, 20 классов [для третьих лиц]; реклама товаров, включенных в перечень товаров 14, 16, 20 классов; снабженческие услуги для третьих лиц [закупка товаров, включенных в перечень товаров 14, 16, 20 классов и услуги предприятиям]», в отношении которых действует товарный знак по свидетельству №305235 (12), услугам «продажи оптовые и розничные товаров, указанных в 20 классе МКТУ [мебель]», в отношении которых действует знак по свидетельству №798315 (2), услугам 42 класса МКТУ «реализация смазочных материалов; реализация топлива, в том числе бензина; реализация изделий из мяса, рыбы, птицы, яиц, молока и молочных продуктов, овощей и фруктов, кофе, чая, какао, сахара, алкогольных, безалкогольных напитков, пива и табачных изделий», в отношении которых действует товарный знак по свидетельству №207894 (14). Сравнимые услуги либо идентичны, либо соотносятся как род вид услуг (услуги по продвижению товаров и услуг), имеют одну и ту же цель (доведение продукции до конечного потребителя), имеют одни и те же условия реализации и круг потребителей.*

*Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямой почтовой; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги лидогенерации; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; регистрация данных и письменных сообщений; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги секретарские; обзоры печати; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов» являются однородными услугами 35

класса МКТУ «реклама; офисная служба, в том числе агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; обзоры печати; обновление рекламных материалов; организация подписки на газеты [для третьих лиц]; оформление витрин; поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц]; продвижение товаров [для третьих лиц], кроме смазочных материалов, топлива, изделий из мяса, рыбы, птицы, молока, и молочных продуктов, овощей и фруктов, кофе, чая, какао, сахара, алкогольных и безалкогольных напитков, табака; продажа аукционная; прокат рекламных материалов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат торговых автоматов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; работы машинописные; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; рекламные агентства; обслуживание секретарское; составление рекламных рубрик в газете; составление с помощью компьютеров составов из товарных вагонов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], кроме смазочных материалов, топлива, изделий из мяса, рыбы, птицы, молока, и молочных продуктов, овощей и фруктов, кофе, чая, какао, сахара, алкогольных и безалкогольных напитков, табака; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги по переезду предприятий; услуги телефонных ответчиков [для отсутствующих абонентов]», в отношении которых действует товарный знак по свидетельству № 295152 (13), сравниваемые услуги соотносятся как род вид услуг, либо полностью совпадают, имеют одни и те же условия реализации и круг потребителей.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ «посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; посредничество коммерческое; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся

коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги лидогенерации; услуги манекеничников для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения



*продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц ; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» являются однородными противопоставленным услугам 35 класса МКТУ «посредничество коммерческое [обслуживание]; продвижение продаж для третьих лиц; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; услуги по оптовой и розничной продаже товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]», в отношении которых действует товарный знак по свидетельству №688325 (7), поскольку либо идентичные, либо соотносятся как род-вид услуг, имеют одни и те же условия реализации и круг потребителей.*

*Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ «изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; составление отчетов о счетах» является однородной противопоставленным услугам 35 класса МКТУ «консультативные службы по организации и управлению делами, помощь в управлении делами по разработке проектов, планов, составлению смет, экспертиза в деловых операциях, изучение рынка, исследования в области*

*деловых операций»* в отношении которых действует товарный знак по свидетельству №110999, поскольку соотносятся как род-вид услуг (услуги консультационные в сфере бизнеса, изучение рынка), имеют одни и те же условия реализации и круг потребителей.

Часть испрашиваемых услуг 40 класса МКТУ «*гальванизация; гальванопокрытие; вулканизация [обработка материалов]; гравирование; дезактивация вредных материалов; декаприрование; закалка металлов; золочение; золочение гальваническое; изготовление лодок на заказ; кадмирование; литография; литье металловлужение; меднение; намагничивание; никелирование; обработка абразивная; обработка металлов; обработка отходов [переработка]; обрамление художественных работ; пайка; плакирование металлов; полирование с помощью абразивов; предоставление информации по вопросам обработки материалов; работы кузнечные; работы сварочные; распиловка материалов; серебрение; скрайбирование лазерное; сортировка отходов и вторично переработанных материалов [переработка]; уничтожение мусора и отходов; фрезерование; хромирование; обработка чистовая»* является однородной услугам 40 класса МКТУ «*вулканизация [обработка материалов]; гальванопокрытие; гравирование; закалка металлов; золочение; информация по вопросам обработки материалов; кадмирование; литье металлов; лужение; меднение; намагничивание; никелирование; обработка металлов; обработка чистовая; обрамление художественных работ; пайка; плакирование металлов; прокатка в тонкие листы; распиловка; серебрение; скрайбирование лазерное; строгание; фотогравировка; хромирование; цинкование»*, в отношении которых действует товарный знак по свидетельству № 305235 (12), поскольку либо представляют собой идентичные позиции, либо соотносятся как род вид услуг (обработка металлов), имеют одни и те же условия оказания и круг потребителей.

Часть испрашиваемых услуг 40 класса МКТУ «*аппретирование бумаги; аппретирование текстильных изделий; выделка шкур; дезодорация воздуха; дубление; каландрирование тканей; крашение кожи; крашение мехов; крашение*

обуви; переделка одежды; крашение текстильных изделий; пошив одежды; работы стеклодувные; работы шорно-седельные; снование [ткачество]; рубка и разделка леса; шлифование оптического стекла; сатинирование мехов; размалывание; раскрой тканей; стегание материала; строгание материалов; сукноваление; усадка тканей; услуги по окрашиванию; услуги по пескоструйной обработке; услуги портных; услуги столярные [изготовление изделий из дерева на заказ]; фасонирование мехов по заказу; крашение тканей; ламинирование; освежение воздуха; отбеливание тканей; очистка воздуха; работы гончарные; лощение мехов; набивка чучел; обработка бумаги; обработка воды; обработка древесины; обработка киноплёнки; обработка кожи; обработка краев тканей; обработка мехов; обработка мехов средствами против моли; обработка текстильных изделий средствами против моли; обработка тканей для придания водоотталкивающих свойств; обработка тканей для придания несминаемости; обработка тканей для придания огнестойкости; обработка тканей, текстильных изделий; обработка шерсти; гальванизация; гальванопокрытие; вулканизация [обработка материалов]; гравирование; дезактивация вредных материалов; декаприрование; закалка металлов; золочение; золочение гальваническое; изготовление лодок на заказ; кадмирование; литография; литье металлов; лужение; меднение; намагничивание; никелирование; обработка абразивная; обработка металлов; обработка отходов [переработка]; обрамление художественных работ; пайка; плакирование металлов; полирование с помощью абразивов; предоставление информации по вопросам обработки материалов; работы кузнечные; работы сварочные; распиловка материалов; серебрение; скрайбирование лазерное; сортировка отходов и вторично переработанных материалов [переработка]; уничтожение мусора и отходов; фрезерование; хромирование; обработка чистовая» является однородной противопоставленным услугам 40 класса МКТУ «обработка материалов», в отношении которых действует товарный знак по свидетельству №830008 (10), поскольку либо представляют собой идентичные позиции, либо соотносятся как род вид услуг (обработка материалов и сред), имеют одни и те

же условия оказания и круг потребителей.

Часть испрашиваемых услуг 40 класса МКТУ «работы переплетные; полиграфия; шелкография; сборка изделий на заказ для третьих лиц; составление фотокомпозиции; услуги 3D-печати на заказ для третьих лиц; услуги по изготовлению ключей; услуги по энергопроизводству; фотогравировка; печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; проявление фотопленок; дезодорация воздуха; освежение воздуха; очистка воздуха; обработка бумаг; прокат электрических генераторов; прокат аккумуляторов; и» являются однородными услугам 40 класса МКТУ «освежение воздуха; очистка воздуха; полиграфия; услуги по изготовлению ключей; услуги по энергопроизводству» противопоставленного товарного знака по свидетельству №295152(13), поскольку либо представляют собой идентичные позиции, либо соотносятся как род вид услуг (обработка воздуха, полиграфия, услуги по энергопроизводству), имеют одни и те же условия оказания и круг потребителей.

Часть испрашиваемых услуг 40 класса МКТУ «сборка изделий на заказ для третьих лиц; услуги зубных техников» являются однородными противопоставленным услугам 40 класса МКТУ «производство по заказу зубных протезов; услуги зубных техников», в отношении которых действует товарный знак по свидетельству №987754 (1), поскольку либо представляют собой идентичные позиции, либо соотносятся как род вид услуг (услуги зубных техников), имеют одни и те же условия оказания и круг потребителей.

Остальная часть испрашиваемых услуг 40 класса МКТУ «варка пива для третьих лиц; выжимание сока из плодов; вышивание; дробление бетона; пастеризация продуктов питания и напитков; замораживание пищевых продуктов; консервирование пищевых продуктов и напитков; консультирование в области виноделия; копчение пищевых продуктов; помол муки; рафинирование; цветоделение; сборка самолетов по индивидуальному заказу; переработка нефти; тонирование автомобильных стекол; тонирование стекол нанесением поверхностного покрытия; убой скота; услуги криоконсервации; услуги по дистилляции; услуги по обработке сыра в процессе его выращивания, созревания

*и выдержки; производство вина для третьих лиц; производство хлеба на заказ; прокат бойлеров; прокат вязальных машин; прокат климатического оборудования; прокат кондиционеров; прокат отопительных приборов дополнительных; прокат промышленных роботов для использования на производстве; облучение пищевых продуктов» не является однородными* противопоставленным услугам 40 классов МКТУ, содержащимся в перечнях товарных знаков по свидетельствам №№295152(13), 987754 (1), 830008 (10), 305265 (12).

Вероятность смешения сравниваемых обозначений определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) обозначений. 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 противопоставленных знаков (1-15) и однородность всех товаров 06 класса МКТУ, всех услуг 35 класса МКТУ и части услуг 40 класса МКТУ для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений и о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что у коллегии отсутствуют основания для отмены решения Роспатента от 27.09.2023, выводы экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пунктов 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерными.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 21.11.2023,  
оставить в силе решение Роспатента от 27.09.2023.**