

**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 04.02.2022, поданное Индивидуальным предпринимателем Шепель Кристиной Олеговной, Московская обл., Одинцовский район, с. Немчиновка (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020717997 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2020717997, поданной 07.04.2020, испрашивается на имя заявителя в отношении услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение:



Роспатентом 05.10.2021 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020717997 в отношении всех услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что в отношении всех заявленных услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ,

указанных в перечне, заявленное обозначение [1] не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пунктов 1, 3, 9, 10 статьи 1483 Кодекса. Заключение по результатам экспертизы мотивировано следующим:

- заявленное обозначение [1] представляет собой многоэлементную композицию, перегруженную словесными компонентами. Многокомпонентность обозначения приводит к размытию образа и в целом не позволяет идентифицировать подобное обозначение с конкретным производителем и не способно выполнять функцию товарного знака. Сочетание вышеперечисленных элементов не придает заявленному обозначению [1] достаточной различительной способности, что препятствует выполнению основной функции товарного знака (знака обслуживания), а именно функции индивидуализации товаров и услуг (пункт 1 статьи 1477 Кодекса). Таким образом, заявленное обозначение [1] в целом не обладает различительной способностью в отношении всех заявленных товаров и услуг, так как с его помощью не представляется возможным индивидуализировать заявленные товары и услуги, то есть ассоциировать их с лицом, оказывающим услуги, выделяя его из массы других (пункт 1 статьи 1483 Кодекса);

- входящий в состав заявленного обозначения [1] словесный элемент «СЕКС» в силу своего семантического значения (секс - все то, что относится к половой жизни, сфере см. Большой англо-русский словарь. АBBYY Lingvo. Русский язык - Медиа. М. 2006, Интернет-словари: <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/sex>, См. Лопатин В.В., Лопатина Л.Е. Русский толковый словарь. - М.: Издательство Эксмо, 2004 - 928 стр., стр. № 692, 896 и др.) на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса не обладает различительной способностью, так как указывает на назначение (тематику) части заявленного перечня услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ, например, *«торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; издание книг; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных»* и др.;

- для другой части услуг (например, «*абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц, помощь административная в вопросах тендера; организация и проведение коллоквиумов; анализ почерка [графология]; советы в духовной области*» и др.) не имеющих отношения к вышеуказанной тематике, заявленное обозначение [1] не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку входящий в состав обозначения [1] элемент «секс» способен ввести потребителя в заблуждение относительно назначения (тематики) товаров, назначения услуг, и, кроме того, будет противоречить общественным интересам;

- в состав заявленного обозначения [1] входят словесные элементы «гнев, отчаяние, злость, боль», которые, в силу своего семантического значения, ассоциируются со страданиями, болезненными состояниями, и, тем самым, обозначение [1] будет противоречить общественным интересам, принципам гуманности и морали (пункт 3 (2) статьи 1483 Кодекса);


- словесный элемент «ПРИТЯЖЕНИЕ» заявленного обозначения [1] является названием известного российского фантастического фильма 2017 года режиссёра Фёдора Бондарчука производства: «Art Pictures Studio», Фонд Кино, Кинокомпания «Водород», Columbia Pictures (см. Интернет сайт: <https://www.iv.ru/watch/166064>, <https://www.timeout.ru/msk/artwork/360220#review>, <https://www.kinopoisk.ru/film/840250/>, <https://www.kino-teatr.ru/kino/movie/ros/118098/annot/> и др.). В соответствии с пунктом 9 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака. В материалах заявки отсутствуют оформленные в установленном порядке документы, касающиеся упомянутого согласия. В случае непредставления такого согласия, заявленное обозначение [1] не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг на имя заявителя, так как регистрация подобных обозначений

способна ввести потребителя в заблуждение относительно лица оказывающего заявленные услуги (см. пункт 3 (1) статьи 1483 Кодекса);

- заявленное обозначение [1] сходно до степени смешения со следующими товарными знаками:

- « **Любовь** » [2] (свидетельство № 772925, приоритет от 17.12.2018), зарегистрированным ранее на имя ЗАО «Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана "МИР"», 140002, Московская обл., г. Люберцы, Октябрьский пр-кт, д. 112, пом. 23, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;



- «  » [3] (свидетельство № 689672, приоритет от 09.04.2018), зарегистрированным ранее на имя ООО "Музыкальный фестиваль Боль", 142701, Московская обл., Ленинский р-н, г. Видное, ул. Ольховая, д. 3, помещение 14, кабинет 74, в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 41 классов МКТУ;

**ЛЮБОВЬ**

- « **ЛЮБОВЬ** » [4] (свидетельство № 531422 с приоритетом от 03.09.2012), зарегистрированным ранее на имя ЗАО «Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана "МИР"», 140002, Московская обл., г. Люберцы, Октябрьский пр-кт, д.112, пом.23, в отношении услуг 41 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 41 класса МКТУ;

- « **РАДОСТЬ** » [5] (свидетельство № 520943 с приоритетом от 09.06.2012), зарегистрированным ранее на имя ЗАО «Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана "МИР"», 140032, Московская область, Люберецкий р-н, пос. Малаховка, ул. Гаражная, 4, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;



- « **ЖЕЛАНИЕ** » [6] (свидетельство № 381021, приоритет от 13.07.2006), зарегистрированным ранее на имя ЗАО «Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана "МИР"», 140002, Московская обл., г. Люберцы, Октябрьский пр-кт, 112, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- « **СТРАСТЬ** » [7] (свидетельство № 244077 с приоритетом от 08.04.2002), зарегистрированным ранее на имя ООО "Кимоно", 117908, Москва, ул. Орджоникидзе, д. 11, стр. 3, в отношении услуг 35 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- « **ЖЕЛАНИЕ** » [8] (свидетельство № 153671 с приоритетом от 06.03.1996), зарегистрированным ранее на имя ЗАО "Фабрика "Русский шоколад", 121357, Москва, ул. Верейская, 29, стр. 143, в отношении услуг 42 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

#### **ФЕСТИВАЛЬ БОЛЬ**

- « **ФЕСТИВАЛЬ БОЛЬ** » [9] (свидетельство № 698089 с приоритетом от 09.04.2018, элемент «фестиваль» - неохранный), зарегистрированным ранее на имя ООО "Музыкальный фестиваль Боль", 142701, Московская обл., Ленинский р-н, г. Видное, ул. Ольховая, д. 3, помещение 14, кабинет 74, в отношении услуг 41 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 41 класса МКТУ;



- « **СЕК.РФ** » [10] (свидетельство № 586757 с приоритетом от 27.08.2014, элемент «рф» - неохранный), зарегистрированным ранее на имя ООО Центр эффективных технологий и информационных систем "ЦЭТИС", 125476, Москва, ул. Василия Петушкова, 3, стр. 1, в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 41 классов МКТУ;



- « [11] (свидетельство № 639510 с приоритетом от 14.02.2017, слова "Баскетбольный клуб" – неохраняемый элемент), зарегистрированным ранее на имя ООО "Баскетбольный клуб ""Стремление"", 117630, Москва, ул. Академика Челомея, 10, пом. I, в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 41 классов МКТУ;



- « [12] (свидетельство № 678653 с приоритетом от 14.12.2017), зарегистрированным ранее на имя ООО "Информационные технологии и коммуникации", 196066, Санкт-Петербург, Московский пр., 212, лит. А, в отношении услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 41, 42, 45 классов МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 04.02.2022 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 05.10.2021. Доводы возражения, поступившего 04.02.2022, сводятся к следующему:

- заявленное обозначение [1] обладает различительной способностью. Многокомпонентность способствует созданию уникального и запоминающегося образа, который позволяет ассоциировать обозначение с конкретным производителем;
- заявленное обозначение [1] представляет собой стилизованный изобразительный элемент: фотографическое изображение лица женщины на котором, повторяя форму лица, изображены постепенно увядающие слова, направленные в правый верхний угол на фоне черного квадрата, композиция представлена на квадратной плашке, что обуславливает оригинальность композиции;
- изобразительный элемент в заявленном обозначении [1] является доминирующим и определяет его различительную способность;
- изображение лица, которое заполняют 15 слов, различить которые на изображении

потребитель сможет, только пристально разглядывая обозначение [1];

- наличие нескольких элементов в комбинированном обозначении [1] не приводит к размытию образа и позволяет соотнести обозначение [1] с конкретным производителем;

- заявитель полагает, что должна быть применена презумпция различительной способности, поскольку сходное обозначение было зарегистрировано в качестве



товарного знака на имя заявителя: по свидетельству № 786019, приоритет от 07.04.2020;

- Суд по интеллектуальным правам указывает на необходимость учета при принятии решения о регистрации или об отказе в регистрации обозначения в качестве товарного знака ранее принятых решений по сходным обозначениям заявителя (например, дело № СИП-931/2020, № СИП-422/2020, № СИП-300/2020). Заявитель полагает, что есть все основания для применения презумпции различительной способности, поскольку элементы обозначения [1] и зарегистрированного товарного знака по свидетельству № 786019 идентичны в форме выражения;

- слово «секс» расположено рядом со словами «радость», «эмоции», «чувства», «притяжение», «стремление», «страсть», «любовь» и другими, потребитель не может напрямую сформировать представление об оказываемых услугах, их изготовителе. Помимо приведенного экспертизой определения слова «секс» (все то, что относится к половой жизни, сфере), существуют и иные дефиниции. То есть, в отсутствие дополнительных указаний на назначение товаров и услуг (например, «для секса», «секс-шоп», «журнал о сексе») и, учитывая иные слова в обозначении [1], у потребителя при восприятии обозначения [1] формируется в первую очередь эмоциональный, а не смысловой образ (отдельных входящих слов), что требует дополнительных ассоциаций, домысливания;

- слово «секс» не может и вводить в заблуждение относительно назначения (тематики) товаров и услуг, поскольку оно не характеризует заявленные товары и

услуги, их свойства и качество, не указывает на изготовителя;

- включение слов «секс», «гнев», «отчаяние», «злость», «боль» в состав обозначения [1] не противоречит общественным интересам. Необходимо учитывать значение слова «секс» при определении возможности его противоречия общественным интересам. Слово «секс» не вызывает однозначно негативных и противоречащих морали ассоциаций. Кроме того, в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) содержится информация о зарегистрированных товарных знаках, содержащих слово «секс» (свидетельства №№ 512089, 586757, 597232, 358958, 344605, 416499, 208918 и другие). Слова «гнев», «отчаяние», «злость», «боль», включенные в состав обозначения [1], так же не могут однозначно ассоциироваться со страданиями, болезненными переживаниями. Необходимо иметь в виду, что существуют зарегистрированные товарные знаки со «скандальными» словами, например: товарный знак «DISGUSTING MEN ОТВРАТИТЕЛЬНЫЕ МУЖИКИ» по свидетельству № 750179, «ГАДКИЙ УТЕНОК» по свидетельству № 437919 и т.д.;

- слова «секс», «гнев», «отчаяние», «злость», «боль» не являются нецензурными, жаргонными, не вызывают неприятных ассоциаций, не являются призывами антигуманного характера, антигосударственными лозунгами, названиями наркотических веществ, не затрагивают чувства верующих и не оскорбляют человеческое достоинство. Эти слова обозначают эмоции;

- заявленное обозначение [1] не является ни тождественным, ни сходным до степени смешения с названием фильма «Притяжение»;

- заявленное обозначение [1] не может вводить в заблуждение потребителей из-за наличия в нем слова «ПРИТЯЖЕНИЕ», созвучного с названием российского фантастического фильма. Заявленное обозначение [1] не способно также вводить потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, поскольку отсутствует вероятность смешения товаров и услуг;

- существование фильма «Притяжение» не может ограничивать право всех лиц на использование такого слова для индивидуализации любых товаров и услуг, не может предоставлять монопольное право использования слова для любых видов деятельности без регистрации в качестве товарного знака;



- слово «притяжение» не указывает на определенного изготовителя (Федора Бондарчука, Art Pictures Studio, Фонд Кино, Кинокомпанию «Водород», Columbia Pictures) и не способно породить представление у потребителей именно о них. У слова «притяжение» есть множество значений: «физическое явление, заключающееся в тяготении тел друг к другу»; «физическое явление тяготения тел, частиц материи друг к другу». В Госреестре существует множество товарных знаков, содержащих словесный элемент «Притяжение»;
- противопоставленное название фильма не сохраняет свою узнаваемость отдельно от приведенного в заключении по результатам экспертизы фильма. Такое название в принципе не является результатом интеллектуальной деятельности в понимании норм гражданского права. О чем, в частности, свидетельствует тот факт, что на сервисе «Кинопоиск» по запросу «притяжение» найдено шесть (!) различных аудиовизуальных произведений;
- заявленное обозначение [1] не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [2-12], поскольку имеются существенные различия по всем критериям сходства обозначений: существенно различается общее зрительное впечатление, вид использованного шрифта, графическое написание с учетом характера букв, цветовое сочетание и т.п.;
- изобразительный элемент заявленного обозначения [1] играет существенную роль в формировании отличающегося от противопоставляемых товарных знаков впечатления;
- сравниваемые обозначения должны оцениваться в целом, наличие в заявленном обозначении [1] множества словесных элементов играет существенное различие и по фонетическому критерию сходства. При этом экспертизой противопоставлены товарные знаки, содержащие одно из этих слов по-отдельности, при этом риск возникновения смешения у потребителей отсутствует;
- слова, содержащиеся в противопоставленных товарных знаках, являются общеупотребительными, не фантазийными. Ни одно из них не занимает доминирующего положения, поэтому вероятность возникновения смешения отсутствует;
- заявителем приведена практика по регистрации различных товарных знаков, а

также судебная практика и толкование норм законодательства.

На основании изложенного в возражении, поступившем 04.02.2022, содержится просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения [1] в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ.

Изучив материалы дела, выслушав лиц, участвующих при рассмотрении возражения, поступившего 04.02.2022, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (07.04.2020) заявки № 2020717997 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения [1] 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 Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с подпунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

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

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

В соответствии с пунктом 3 (1) 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 или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с пунктом 2.5.2 Правил к таким обозначениям относятся, в частности, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства, слова, написание которых нарушает правила орфографии русского языка и т.п.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 9 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Положения настоящего пункта применяются также в отношении обозначений, сходных до степени смешения с указанными в нем объектами.

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

Согласно требованиям пункта 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 требованиям пункта 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.

Согласно пункту 42 Правил 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.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение



[1] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из фотографического изображения женского лица и словесных элементов, выполненных стилизованным шрифтом буквами русского алфавита и расположенных по всему изображению лица. Регистрация заявленного обозначения [1] испрашивается в отношении услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

В отношении несоответствия заявленного обозначения [1] требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Заявленное обозначение [1] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из различных элементов: фотография женского лица, по всему профилю которого выполнено с наложением друг на друга множество различных словесных элементов разного регистра: «СТРЕМЛЕНИЕ, ОДЕРЖИМОСТЬ, ЧУВСТВА, ЭМОЦИИ, КРИК, БОЛЬ, СЕКС, РАДОСТЬ, ЛЮБОВЬ, СМЕХ, ТРЕПЕТ, СТРАСТЬ, ЗЛОСТЬ, ГНЕВ, ПРИТЯЖЕНИЕ, ЖЕЛАНИЕ, МЫСЛИ, ОТЧАЯНИЕ, ОБЛАДАНИЕ, НЕВОЗМОЖНОСТЬ». Указанное приводит к трудности восприятия заявленного

обозначения, сложности в прочтении словесных элементов и концентрации внимания на каждом из них, то есть невозможности его запоминаемости в целом. Указанное свидетельствует об отсутствии различительной способности у заявленного обозначения [1] в целом, невозможности выполнять индивидуализирующую функцию товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг и ассоциировании их с определенным лицом, оказывающим услуги, выделяя его из других производителей.

В связи с изложенным, у коллегии есть основания для вывода о том, что заявленное обозначение [1] в целом не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Как указывалось ранее, заявленное обозначение [1] содержит словесные элементы: «СТРЕМЛЕНИЕ, ОДЕРЖИМОСТЬ, ЧУВСТВА, ЭМОЦИИ, КРИК, БОЛЬ, РАДОСТЬ, ЛЮБОВЬ, СМЕХ, ТРЕПЕТ, СТРАСТЬ, ЗЛОСТЬ, ГНЕВ, ПРИТЯЖЕНИЕ, ЖЕЛАНИЕ, МЫСЛИ, ОТЧАЯНИЕ, ОБЛАДАНИЕ, НЕВОЗМОЖНОСТЬ, СЕКС». Экспертизой указано на описательный характер словесного элемента «СЕКС» в отношении части заявленных услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ. Словесный элемент «СЕКС» имеет следующее смысловое значение - все то, что относится к половой жизни, сфере; половая многосоставная функция организма. См. Интернет-словарь: <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/sex>, slooovo.ru. Имеющиеся в составе заявленного обозначения [1] словесные элементы по своей совокупности представляют собой набор чувств и эмоций, которые, силу своего композиционного расположения в составе обозначения, трудно запоминаемы и не несут прямого описательного характера в отношении заявленных услуг.

В связи с указанным, у коллегии нет оснований полагать, что словесный элемент «СЕКС» заявленного обозначения [1], либо иные словесные элементы являются описательными в отношении заявленного перечня услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ и подпадают под положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении несоответствия заявленного обозначения [1] требованиям пункта 3 (1,2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

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.

Каких-либо ложных представлений, либо оскорбительных ассоциаций, негативного настроения слоев общества в отношении заявленных услуг словесный элемент «СЕКС» ввиду своего смыслового значения не вызывает, поэтому нет оснований для применения к заявленному обозначению [1] требований пункта 3 (1,2) статьи 1483 Кодекса.

Заявленное обозначение [1] также включает словесные элементы «*гнев, отчаяние, злость, боль*». *Гнев* – это реакция, выражающаяся в недовольстве каким-либо явлением или негодованием, возникающим у человека в результате действий объекта его гнева с последующим стремлением устранить этот объект. *Отчаяние* - это эмоция или состояние, определенная от психологии самим человеком. *Злость* - чувство недоброжелательности, раздражения, гнева, досады. *Боль* - неприятное или мучительное ощущение, переживание физического или эмоционального страдания. *Боль* - это неприятное чувство, часто вызываемое интенсивными или повреждающими раздражителями. См. электронный словарь: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. Таким образом, словесные элементы «*гнев, отчаяние, злость, боль*» по своей совокупности представляют собой чувства и эмоции, которые способен испытывать каждый человек, и каких-либо негативных, либо аморальных образов не вызывают. В связи с чем, у коллегии нет оснований считать, что заявленное обозначение [1], содержащее множество трудно запоминаемых словесных элементов, представляющих собой некий набор чувств и эмоций, будет противоречить общественным интересам, принципам гуманности и морали на основании пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса.

Также в заключении по результатам экспертизы приведен довод о том, что словесный элемент «ПРИТЯЖЕНИЕ» заявленного обозначения [1] является названием известного российского фантастического фильма 2017 года режиссёра Фёдора Бондарчука производства: «Art Pictures Studio», Фонд Кино, Кинокомпания «Водород», Columbia Pictures. В связи с чем, экспертизой применены пункты 9 и 3 (1)



статьи 1483 Кодекса, поскольку в материалах дела отсутствует согласие правообладателя произведения, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака, а также указано на способность введения потребителей в заблуждение относительно лица оказывающего заявленные услуги.

Вместе с тем, словесный элемент «ПРИТЯЖЕНИЕ» обладает следующим значением: физическое явление, заключающееся в тяготении тел друг к другу. См. электронный словарь: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Притяжение>.

Кроме того, в электронной энциклопедии также указано и на наличие множества фильмов с названием «Притяжение» разных известных режиссеров: фильм 2002 года режиссера Василия Серикова, немецкий фильм 2006 года режиссера Валески Гризебах, фильм 2009 года режиссера Антона Азарова, манга и аниме, аниме-сериал режиссера Боба Сирохата. Таким образом, словесный элемент «ПРИТЯЖЕНИЕ» обладает вышеуказанным лексическим значением и не может вызывать ассоциации только с названием одного конкретного фильма Фёдора Бондарчука, при этом нет оснований для запроса согласия какого-либо из правообладателей произведения. Следовательно, каких-либо недостоверных ассоциаций относительно лица, оказывающего услуги, либо самих услуг у потребителя не возникнет.


В связи с изложенным, у коллегии нет оснований для применения к заявленному обозначению [1] требований пунктов 3 (1,2), 9 статьи 1483 Кодекса.

В отношении несоответствия заявленного обозначения [1] требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В качестве противопоставлений в заключении по результатам экспертизы приведены следующие товарные знаки:

- « **Любовь** » [2] по свидетельству № 772925, приоритет от 17.12.2018. Правообладатель: ЗАО «Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана "МИР"», г. Люберцы. Правовая охрана товарного знака [2] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- «  » [3] по свидетельству № 689672, приоритет от 09.04.2018. Правообладатель: ООО "Музыкальный фестиваль Боль", Московская обл., г. Видное. Правовая охрана товарного знака [3] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства;


## **ЛЮБОВЬ**

- « **ЛЮБОВЬ** » [4] по свидетельству № 531422 с приоритетом от 03.09.2012. Правообладатель: ЗАО «Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана "МИР"», Московская обл., г. Люберцы. Правовая охрана товарного знака [4] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 41 класса МКТУ;

## **РАДОСТЬ**

- « **РАДОСТЬ** » [5] по свидетельству № 520943 с приоритетом от 09.06.2012. Правообладатель: ЗАО «Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана "МИР"», Московская область, пос. Малаховка. Правовая охрана товарного знака [5] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- «  » [6] по свидетельству № 381021 с приоритетом от 13.07.2006. Правообладатель: ЗАО «Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана "МИР"», Московская обл., г. Люберцы. Правовая охрана товарного знака [6] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;

- « **СТРАСТЬ** » [7] по свидетельству № 244077 с приоритетом от 08.04.2002. Правообладатель: ООО "Кимоно", Москва. Правовая охрана товарного знака [7] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;

- « **ЖЕЛАНИЕ** » [8] по свидетельству № 153671 с приоритетом от 06.03.1996, срок действия регистрации продлен до 06.03.2026. Правообладатель: ЗАО "Фабрика

"Русский шоколад", Москва. Правовая охрана товарного знака [8] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 42 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;

#### **ФЕСТИВАЛЬ БОЛЬ**

- « [9] по свидетельству № 698089 с приоритетом от 09.04.2018. Правообладатель: ООО "Музыкальный фестиваль Боль", Московская обл., г. Видное. Правовая охрана товарного знака [9] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 41 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- « СЕК.РФ [10] по свидетельству № 586757 с приоритетом от 27.08.2014, элемент «рф» - неохраняемый. Правообладатель: ООО Центр эффективных технологий и информационных систем ""ЦЭТИС"", Москва. Правовая охрана товарного знака [10] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- « [11] по свидетельству № 639510 с приоритетом от 14.02.2017. Слова "Баскетбольный клуб" - неохраняемый элемент. Правообладатель: ООО "Баскетбольный клуб ""Стремление"", Москва. Правовая охрана товарного знака [11] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- « [12] по свидетельству № 678653 с приоритетом от 14.12.2017. Правообладатель: ООО "Информационные технологии и коммуникации", Санкт-Петербург. Правовая охрана товарного знака [12] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении 35, 41, 42, 45 классов МКТУ.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку (обозначению), представляющему собой обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака. Учету подлежит его грамматическая и смысловая связь с иными элементами товарного знака, равно как и роль, которую выполняет спорный фрагмент. В составе заявленного обозначения [1] элементы «Притяжение», «Стремление», «Секс», «Боль», «Желание», «Страсть», «Радость», «Любовь» выполнены оригинальным шрифтом, расположены в пространстве обозначения отдельно и семантически не связаны друг с другом, а также с иными доминирующими элементами заявленного обозначения [1]. Противопоставленные товарные знаки [2-12] представляют собой слова «Притяжение», «Стремление», «Секс», «Боль», «Желание», «Страсть», «Радость», «Любовь», выполненные буквами русского алфавита разным шрифтом.

С учетом вышесказанного коллегия усматривает правовые основания для применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса, поскольку в составе заявленного обозначения [1] элементы «Притяжение», «Стремление», «Секс», «Боль», «Желание», «Страсть», «Радость», «Любовь» расположены отдельно друг от друга и не образуют устойчивых словосочетаний друг с другом и другими элементами обозначения [1], при этом выполнены разным шрифтом. Таким образом, элементы «Притяжение», «Стремление», «Секс», «Боль», «Желание», «Страсть», «Радость», «Любовь» квалифицируются коллегией как самостоятельные и независимые элементы обозначения [1], сходство которых с товарными знаками [2-12] приводит к его противоречию требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Анализ однородности сравниваемых услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ показал следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для*

скачивания цифровой музыки; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; телемаркетинг; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» и услуги 35 класса МКТУ «предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; розничная продажа непродовольственных товаров; розничная продажа продовольственных товаров; неспециализированная розничная продажа; оптовая продажа непродовольственных товаров; оптовая продажа продовольственных товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака [2], услуги 35 класса МКТУ «продвижение музыкальных концертов; услуги розничной торговли, предоставляемые магазинами музыки и записей» противопоставленного товарного знака [3], услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение товаров для третьих лиц; услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака [5], услуги 35 класса МКТУ «продажа аукционная» противопоставленного товарного знака [6], услуги 35 класса МКТУ «продвижение товаров для третьих лиц» товарного знака [7], услуги 35 класса МКТУ «реализация товаров» товарного знака [8], услуги 35 класса МКТУ

*«презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи»* товарного знака [10], услуги 35 класса МКТУ *«продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»* товарного знака [11], услуги 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; продвижение продаж для третьих лиц»* товарного знака [12] либо идентичны, либо связаны со сбытом, реализацией, продвижением, а также имеют общее назначение, круг потребителей, соотносятся как род (вид), что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек»* являются сопутствующими вышеуказанным услугам 35 класса МКТУ сбыта и реализации противопоставленных товарных знаков [2,3,5-8,10-12], что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC»* и услуги 35 класса МКТУ *«реклама; организация выставок в коммерческих или рекламных целях»* противопоставленного товарного знака [5],

услуги 35 класса МКТУ «*производство рекламных фильмов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама телевизионная*» товарного знака [10], услуги 35 класса МКТУ «*демонстрация товаров*» товарного знака [11], услуги 35 класса МКТУ «*аренда площадей для размещения рекламы; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов*» товарного знака [12] представляют собой услуги в области рекламы, являются либо идентичными, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Сравниваемые услуги 35 класса МКТУ «*управление гостиничным бизнесом; услуги по переезду предприятий*» обозначений [1,2] идентичны, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «*ведение автоматизированных баз данных; запись сообщений [канцелярия]; регистрация данных и письменных сообщений; репродуцирование документов; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; обработка текста; услуги по составлению перечня подарков*» и услуги 35 класса МКТУ «*офисная служба*» противопоставленного товарного знака [6] относятся к одному родовому понятию «*услуги конторские*», имеют общее назначение, общий круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «*прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования*» являются сопутствующими вышеуказанным конторским услугам 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [6], что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «*бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; изучение общественного мнения; 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 профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; оценка коммерческой деятельности; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; 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 в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги по сравнению цен; экспертиза деловая» и услуги 35 класса МКТУ «менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; деловая экспертиза» противопоставленного товарного знака [6], услуги 35 класса МКТУ «консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса» противопоставленного товарного знака [10], услуги 35 класса МКТУ «бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; маркетинг; оценка коммерческой деятельности; управление коммерческими проектами для строительных проектов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая» противопоставленного товарного



знака [12] представляют собой бизнес-услуги, административные услуги, исследования в области рынка, являются либо идентичными, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«услуги по переезду предприятий; посредничество коммерческое [обслуживание]; организация подписки на газеты для третьих лиц; поиск поручителей; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц»* и услуги 35 класса МКТУ *«посредничество коммерческое [обслуживание]; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц»* противопоставленного товарного знака [12], услуги 35 класса МКТУ *«услуги по переезду предприятий»* противопоставленного товарного знака [2] либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) *«услуги посреднические»*, имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«бюро по найму; комплектование штата сотрудников; тестирование психологическое при подборе персонала; написание резюме для третьих лиц; консультации по управлению персоналом»* и услуги 35 класса МКТУ *«бюро по найму»* противопоставленного товарного знака [2] либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) *«услуги кадровые»*, имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; анализ себестоимости; подготовка платежных документов; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги по подаче налоговых деклараций; прогнозирование экономическое»* и услуги 35 класса МКТУ *«аудит коммерческий»* противопоставленного товарного знака [2], услуги 35 класса МКТУ *«аудит коммерческий»* противопоставленного товарного знака [12] либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) *«услуги в области бухгалтерского учета»*, имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«услуги по оптимизации трафика веб-сайта; сбор информации в компьютерных базах данных; обновление и поддержание информации в регистрах; сведения о деловых операциях; предоставление деловой*

*информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; агентства по коммерческой информации; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; обзоры печати; информация деловая; сбор и предоставление статистических данных; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; систематизация информации в компьютерных базах данных», услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; информация и советы коммерческие потребителям; сбор и предоставление статистических данных; информация деловая; сбор информации в компьютерных базах данных»* противопоставленного товарного знака [10], услуги 35 класса МКТУ «*информация деловая; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов»* противопоставленного товарного знака [12] либо идентичны, либо представляют собой услуги информационно-справочные, имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 41 класса МКТУ «*организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; академии [обучение]; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; обучение заочное; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передача ноу-хау [обучение]; переподготовка профессиональная; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; проведение экзаменов; тьюторинг; услуги образовательно-воспитательные»* и услуги 41 класса МКТУ «*подготовка и проведение конференций, конгрессов, концертов, симпозиумов, семинаров, обучающих курсов, уроков и лекций; услуги образовательно-воспитательные в области музыки и танцев»* противопоставленного товарного знака [3], услуги 41 класса МКТУ «*воспитание; обеспечение учебного процесса»* товарного знака [4], услуги 41 класса МКТУ

*«воспитание физическое; информация по вопросам воспитания и образования; обучение гимнастике; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация конкурсов [учебных]; услуги клубов [просвещение]; услуги образовательно-воспитательные; услуги инструкторов [обучение]»* товарного знака [10], услуги 41 класса МКТУ *«воспитание физическое; информация по вопросам воспитания и образования; обучение гимнастике; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов не виртуальных; организация конкурсов [учебных]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; переподготовка профессиональная; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги образовательно-воспитательные; услуги спортивных лагерей»* товарного знака [11], услуги 41 класса МКТУ *«академии [обучение]; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; информация по вопросам воспитания и образования; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация конкурсов [учебных]; услуги клубов [просвещение]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; учреждения дошкольные [воспитание]»* товарного знака [12] либо идентичны, либо представляют собой услуги в области воспитания и образования, соотносятся как род (вид), имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 41 класса МКТУ *«организация досуга; организация и проведение концертов; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»»* и услуги 41 класса МКТУ *«организация и проведение концертов; организация показов и концертов; подготовка, организация и проведение концертов; подготовка церемоний награждения и гала концертов для развлечения; консультации и*

предоставление информации в области подготовки, проведения и организации концертов; организация и презентация показов, соревнований, игр, концертов и развлекательных мероприятий; организация, постановка, презентация и проведение музыкальных концертов, фестивалей, туров и других музыкальных и культурных представлений, событий и мероприятий; сочинение музыки; предоставление информации в области музыки; подготовка мероприятий в области кино, музыки, культуры и спорта; предоставление цифровой [не загружаемой] музыки через Интернет; продюсирование и руководство событиями в области радиовещания и музыки; подготовка мероприятий в области кино, музыки, культуры и спорта, а также живых развлекательных мероприятий; пост-монтажные редакторские услуги в области музыки, видео и фильмов; предоставление информации в области развлечений, музыки, живых выступлений и развлекательных мероприятий; предоставление информации, комментариев и статей в области музыки посредством компьютерных сетей; предоставление электронных публикаций онлайн в области музыки, не доступных для скачивания; услуги развлекательные в области кино, музыки, телевизионных фильмов и театра» противопоставленного товарного знака [3], услуги 41 класса МКТУ «организация и проведение музыкальных концертов, фестивалей; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; информация по вопросам развлечений; организация и проведение концертов; шоу-программы; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых» противопоставленного товарного знака [9], услуги 41 класса МКТУ «информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; организация досуга; организация конкурсов [развлекательных]; передачи развлекательные телевизионные; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; развлечения; составление программ встреч [развлечение]; услуги клубов [развлечение]; шоу-программы» товарного знака [10], услуги 41 класса МКТУ «бронирование билетов на зрелищные мероприятия; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть; организация досуга; организация конкурсов [развлекательных]; развлечение гостей; развлечения; составление программ встреч [развлечение]; услуги баз отдыха [развлечения];

*услуги по распространению билетов [развлечение]*» товарного знака [11], услуги 41 класса МКТУ «*дискотеки; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; организация досуга; организация конкурсов [развлекательных]; развлечения; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги клубов [развлечение]*» товарного знака [12] либо идентичны, либо представляют собой услуги в области развлечений, соотносятся как род (вид), имеют общее назначение (для досуга, развлечения и отдыха), круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 41 класса МКТУ «*издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов*» и услуги 41 класса МКТУ «*обеспечение интерактивными электронными публикациями, незагружаемыми; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных*» противопоставленного товарного знака [10], услуги 41 класса МКТУ «*издание книг*» противопоставленного товарного знака [12] либо идентичны, либо относятся к общему родовому понятию «*услуги редакционно-издательские*», имеют одинаковое назначение, общий круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 42 класса МКТУ «*исследования научные; услуги научных лабораторий; анализ почерка [графология]*» и услуги 42 класса МКТУ «*анализ воды; исследования в области защиты окружающей среды; исследования технические; инжиниринг; услуги архитектурные; экспертиза инженерно-техническая*» противопоставленного товарного знака [12] либо идентичны, либо относятся к общему родовому понятию «*услуги и исследования научные в различных областях*», имеют одинаковое назначение, общий круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 45 класса МКТУ «*советы астрологов; советы в духовной области; услуги гадания на картах таро для третьих лиц; услуги карточных гадателей; услуги клубов по организации встреч или знакомств*» обозначения [1] и услуги 45 класса МКТУ «*услуги клубов по организации встреч или знакомств*»

противопоставленного товарного знака [12] либо идентичны, либо имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Однородность сравниваемых услуг заявителем не оспаривается.

Следовательно, вывод, сделанный в заключении по результатам экспертизы, о несоответствии заявленного обозначения [1] в отношении услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса является правомерным.



Регистрация на имя заявителя товарного знака по свидетельству № 786019, приоритет от 07.04.2020 в отношении однородных услуг в силу независимого делопроизводства не приводит к иным выводам коллегии. Кроме того, заявленное обозначение [1] содержит и другие элементы, наличие которых в составе обозначения [1] привело к его несоответствию требованиям законодательства. Ссылки на судебную практику и иные товарные знаки не имеют преюдициального значения и не приводят к иным выводам коллегии.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 04.02.2022, оставить в силе решение Роспатента от 05.10.2021.**