

Палата по патентным спорам в порядке, установленном Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам (далее – Правила ППС), утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.200 за № 4520, рассмотрела возражение от 24.05.2006, поданное компанией Гэллап, Инк., США (далее – заявитель), на решение Федерального института промышленной собственности (далее – решение экспертизы) от 26.02.2006 об отказе в регистрации товарного знака по заявке № 2004706040/50, при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке № 2004706040/50 с приоритетом от 23.03.2004 было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 09, 16 и услуг 35, 38, 41, 42 классов МКТУ, приведенных в перечне заявки.

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение "ГЭЛЛАП", изобретенное слово, часть наименования заявителя в кириллическом написании.

Решение экспертизы от 26.02.2006 об отказе в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 7 Закона Российской Федерации "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" от 23.09.1992 № 3520-1, введенного в действие 17.10.1992 с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 11.12.2002 № 166-ФЗ, введенным в действие 27.12.2002 (далее - Закон), и пунктов 14.4.2.2 и 14.4.3 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, зарегистрированных в Министерстве юстиции

Российской Федерации 25.03.2003 за № 4322, введенных в действие с 10.05.2003 (далее - Правила).

Указанный вывод обосновывается тем, что заявленное обозначение "ГЭЛЛАП" сходно до степени смешения со следующими товарными знаками:

- «GALLUP» по свидетельству № 100476 с приоритетом от 25.03.1991, «ГЭЛЛАП» по свидетельству № 264011 с приоритетом от 17.08.1999, зарегистрированы на имя «Суомен Гэлап Ой», Финляндия, в отношении однородных товаров 16 и услуг 35, 41, 42 классов МКТУ;

- «GALLUP» по свидетельству № 264010 с приоритетом от 02.10.1997, «GALLUP ADFACT» по свидетельству № 272144 с приоритетом от 19.08.2003, «GALLUP MEDIA» по свидетельству № 295018 с приоритетом от 19.08.2003, зарегистрированы на имя «ТНС Гэллап Ой», Финляндия, в отношении однородных товаров 16 и услуг 35, 41, 42 классов МКТУ;

- с заявленными обозначениями со словесным элементом «GALLUP» по заявкам №№ 2004702715, 2003716450, 2003716449, 2003716448, 2003716447, 2003716446, 2003716021, 2003716020, 2003716019, 2003716018, 2003716017, имеющими более ранний приоритет и заявленными на имя Гэллап, Инк., Дзе Гэллап Организейшн, 1001 Гэллап Драйв, Невада 68102, США, в отношении однородных товаров 16 и услуг 35, 41, 42 классов МКТУ.

Заявленные обозначения со словесным элементом «GALLUP» по указанным заявкам были противопоставлены в связи с расхождением в адресе заявителя, на основании чего экспертизой был сделан вывод о том, что заявителем рассматриваемого обозначения по заявке № 2004706040/50 и заявителем противопоставленных обозначений являются разные юридические лица.

В возражении от 24.05.2006 указано, что заявителем обозначения по заявке № 2004706040/50 и противопоставленных обозначений по заявкам №№ 2004702715, 2003716450, 2003716449, 2003716448, 2003716447, 2003716446, 2003716021, 2003716020, 2003716019, 2003716018, 2003716017

является одно и то же лицо - Гэллап, Инк. Расхождения в адресах, отмеченные экспертизой, заявителем устранены. Поэтому заявитель просит снять противопоставления заявок, принадлежащих заявителю.

Поскольку противопоставленные товарные знаки, принадлежащие финским компаниям, зарегистрированы только в отношении товаров 16 и услуг 35, 41 и 42 классов МКТУ, препятствия для регистрации заявленного обозначения в отношении товаров 09 и услуг 38 классов МКТУ отсутствуют.

Правомерность предоставления правовой охраны противопоставленным товарным знакам оспаривается заявителем: в Палату по патентным спорам (далее – ППС) поданы возражения от 23.05.2007 против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №№ 100476, 264010, 264011, 272144, 295018 как произведённого в нарушение положений Закона и положений Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

Заявитель также указывает на широкую мировую известность компании Гэллап, Инк. как лидера в области изучения общественного мнения.

Часть фирменного наименования ГЭЛЛАП, права на которое были получены заявителем задолго до подачи заявки № 2004706040 на регистрацию товарного знака ГЭЛЛАП, не просто известна на территории Российской Федерации, но стала элементом общеизвестного товарного знака.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение экспертизы и зарегистрировать заявленное обозначения в качестве товарного знака в Российской Федерации.

К возражению приложены копии следующих материалов:

- уведомления экспертизы от 12.05.2006 об изменении адреса заявителя по заявкам 2004702715, 2003716450, 2003716449, 2003716448, 2003716447, 2003716446, 2003716021, 2003716020, 2003716019, 2003716018, 2003716017 на 11л. [1];

- первые листы возражений против предоставления правовой охраны товарным знакам «GALLUP» по свидетельству № 100476 [2], «ГЭЛЛАП» по

свидетельству № 264011 [3], «GALLUP» по свидетельству № 264010 [4], «GALLUP ADFACT» по свидетельству № 272144 [5], «GALLUP MEDIA» по свидетельству № 295018 [6], поданных в ППС 23.05.2007 на 5л.;

- Свидетельство официального лица корпорации «ГЭЛЛАП, ИНК.» на 1л. [7];

- пересмотренный Устав корпорации «ГЭЛЛАП, ИНК.» и его перевод на русский язык на 5л. [8];

- Заявление Алека М.Гэллапа и его перевод на русский язык на 2л. [9];

- Устав корпорации «ОРГАНИЗАЦИЯ ГЭЛЛАПА», его перевод на русский язык, пересмотренный Устав корпорации «ГЭЛЛАП, ИНК.» и его перевод на русский язык на 22л. [10];

- Экспертное заключение о статье «ГЭЛЛАПА ИНСТИТУТ» на 1л. [11];

- Советский энциклопедический словарь, Москва, Советская энциклопедия, 1979, с.357 на 3л.; Советский энциклопедический словарь, Москва, Советская энциклопедия, 1982, на 2л.; Советский энциклопедический словарь, Москва, Советская энциклопедия, 1984, на 2л.; Советский энциклопедический словарь, Москва, Советская энциклопедия, 1986, на 2л [12];

- Докторов Б.З., Первопроходцы мира мнений: от Гэллапа до Грушина, Москва, Институт Фонда «Общественное мнение» на 10л. [13];

- Решение Палаты по патентным спорам о признании обозначения «Институт Гэллапа» общеизвестным товарным знаком в отношении услуг 35 класса МКТУ «опросы общественного мнения» на 10л. [14];

- Аналитический отчет по итогам Всероссийского социологического опроса населения «Известность знаков обслуживания в виде словесных обозначений «Институт Гэллапа» и «ГЭЛЛАП», использующихся

применительно к проведению опросов общественного мнения и маркетинговых исследований» и приложение к нему на 57л. [15];

- Линейное распределение по итогам Всероссийского социологического опроса населения «Известность знаков обслуживания в виде словесных обозначений «Институт Гэллапа» и «ГЭЛЛАП», использующихся применительно к проведению опросов общественного мнения и маркетинговых исследований» и приложение к нему на 7л. [16];

- Результаты исследования «Известность компании Гэллап в группе руководителей и специалистов» на 9л. [17];

-Отчет о проведении исследования известности имени «Гэллап» (Gallup) в России на 27л. [18].

На заседании коллегии ППС, состоявшемся 18.09.2007, представитель заявителя ознакомил членов коллегии с протоколами экспертных совещаний ППС от 28.08.2007, в которых в резолютивной части указано о признании правовой охраны товарных знаков [2] - [6] недействительной частично или полностью.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, Палата по патентным спорам считает доводы, представленные в возражении, убедительными частично.

С учетом даты поступления (23.03.2004) заявки № 2004706040/50 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает указанные выше Закон и Правила.

В соответствии с пунктом 1 статьи 7 Закона не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию или охраняемыми в Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющих более ранний приоритет.

Согласно пункту (14.4.2) Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту (14.4.2.2) Правил сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основе совпадения признаков, изложенных в пункте (14.4.2.2) (подпункты (а) – (в) Правил.

Признаки, перечисленные в подпунктах (а) - (в) пункта (14.4.2.2) Правил, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом (14.4.3) Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю.

Для установления однородности принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

В соответствии с пунктом 6.3 Правил ППС решение ППС утверждается руководителем федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности и вступает в силу с даты его утверждения.

Прежде всего следует отметить, что до даты подачи рассматриваемого возражения был уточнён адрес заявителя противопоставленных заявок [1], следовательно, утверждение заявителя о том, что противопоставленные заявки [1] являются заявками самого заявителя и не подлежат противопоставлению, является правомерным (пункт 1 статьи 7 Закона).

Необходимо также подчеркнуть, что на заседании коллегии ППС принимаются во внимание обстоятельства (в частности, регистрация противопоставленных товарных знаков), действовавшие на дату принятия возражения к рассмотрению ППС, вне зависимости от изменений, произошедших в правовой охране товарных знаков на дату проведения

заседания коллегии ППС. Поэтому при анализе соответствия заявленного обозначения «ГЭЛЛАП» требованиям пункта 1 статьи 7 Закона учитываются противопоставленные экспертизой товарные знаки, правовая охрана которых не прекращена и на дату проведения заседания коллегии ППС, т.к. решения ППС вступают в силу с даты утверждения их Руководителем Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентным и товарным знакам (пункт 6.3 Правил ППС).

Анализ заявленного обозначения «ГЭЛЛАП» и противопоставленных товарных знаков показал следующее.

Заявленное обозначение является словесным и представляет собой слово "ГЭЛЛАП", выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. ГЭЛЛАП – транслитерация фамилии GALLUP основателя института общественного мнения Джорджа Гэллага [12], [13].

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 100476 [2] является комбинированным, состоит из словесного элемента "GALLUP", выполненного заглавными буквами латинского алфавита, и изобразительного элемента в виде стилизованной строчной буквы «а» чёрного цвета, внутри которой на белом фоне расположена окружность чёрного цвета. Указанный товарный знак был зарегистрирован на имя финской компании «Соумен Гэллаг Ой» в отношении товаров 16 класса и услуг 35 класса МКТУ. На основании решения Высшей патентной палаты Роспатента от 06.06.20000 регистрация № 100476 указанного товарного знака признана недействительной частично, с сохранением её действия в отношении товаров 16 класса МКТУ: «клейкие вещества для канцелярских или бытовых целей; принадлежности для художников; кисти; пластмассовые материалы для упаковки; игральные карты». В результате договора об уступке товарного знака [2], зарегистрированного Роспатентом, правообладателем указанного

знака является «ТНС Гэллап Ой», Финляндия. Указанные сведения опубликованы 25.02.2005.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 264011 [3] является словесным и представляет собой слово "ГЭЛЛАП", выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Указанный товарный знак зарегистрирован на имя финской компании «Соумен Гэллап Ой» в отношении товаров 16 класса и услуг 35, 41, 42 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации. В соответствии с договором об уступке, зарегистрированным Роспатентом, правообладателем товарного знака [3] в настоящее время является «ТНС Гэллап Ой», Финляндия. Указанные сведения опубликованы 12.08.2004.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 264010 [4] является словесным, представляет собой слово "GALLUP", выполненное заглавными буквами латинского алфавита. Указанный товарный знак зарегистрирован на имя финской компании «Соумен Гэллап Ой» в отношении услуг 41, 42 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации. В соответствии с договором об уступке, зарегистрированным Роспатентом, правообладателем товарного знака [4] в настоящее время является «ТНС Гэллап Ой», Финляндия. Указанные сведения опубликованы 12.08.2004.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 272144 [5] является словесным, представляет собой словосочетание "GALLUP ADFACT", выполненное заглавными буквами латинского алфавита. Указанный товарный знак зарегистрирован на имя финской компании «Соумен Гэллап Ой» в отношении товаров 16 класса и услуг 35, 41, 42 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации. В соответствии с договором об уступке, зарегистрированным Роспатентом, правообладателем товарного знака [3] в настоящее время является «ТНС Гэллап Ой», Финляндия. Указанные сведения опубликованы 12.12.2004.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 295018 [6] является словесным, представляет собой словосочетание "GALLUP MEDIA", выполненное заглавными буквами латинского алфавита. Указанный товарный знак зарегистрирован на имя финской компании «ТНС Гэллуп Ой» в отношении товаров 16 класса и услуг 35, 41, 42 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

Противопоставленный товарный знак "ГЭЛЛАП" [3] является фонетически, семантически и графически тождественным заявленному обозначению «ГЭЛЛАП».

Товары 16 класса МКТУ, указанные в заявленном перечне, являются тождественными или однородными («печатные издания, периодика») товарам 16 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак [3]. Услуги 35 класса МКТУ «изучение рынка», услуги 41 класса МКТУ «воспитание; обеспечение учебного процесса; развлечения, организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий», указанные в заявленном перечне, тождественны услугам, указанным в перечне противопоставленного товарного знака [3].

С учетом того, что менеджмент – это «1) политика обеспечения принятия решений в области бизнеса, предполагающая комплексный анализ факторов, влияющих на его эффективность; 2) организация руководителем эффективной работы сотрудников, целенаправленное воздействие менеджера на подчинённых ему работников (персонал) в интересах успешного решения стоящих перед ними задач и прибыльной работы фирмы (Энциклопедический словарь бизнесмена. Менеджмент, маркетинг, информатика, Киев, Техника, 1993, с.401), услуги 35 класса МКТУ «менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба», указанные в заявленном перечне, однородны

услугам 35 класса МКТУ «консультативные службы по организации и управлению делами» противопоставленного перечня [3].

Услуги 35 класса МКТУ «изучение общественного мнения» заявленного перечня однородны услугам 35 класса МКТУ «проведение опросов общественного мнения» и услугам 42 класса МКТУ «научные исследования в области опросов и изучения общественного мнения» противопоставленного перечня, поскольку услуга «проведение опросов общественного мнения» включает как их организацию, так и научно-исследовательский подход к их обработке, изучению и анализу результатов этих опросов.

Указанные услуги 42 класса МКТУ также однородны таким услугам 42 класса МКТУ заявленного перечня, как «научные и технологические услуги и относящиеся к ним научные исследования и разработки; услуги по промышленному анализу и научным исследованиям», т.к. все эти услуги относятся к научным исследованиям и разработкам.

Сказанное обуславливает вывод о сходстве заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [3] до степени смешения в отношении однородных товаров и услуг.

Противопоставленные товарные знаки: комбинированный "GALLUP" [2] и словесный "GALLUP" [4] содержат совпадающие с заявленным обозначением звуки: Г, Э, Л, А, П, расположенные в том же порядке, что обуславливает фонетическое сходство указанных противопоставленных товарных знаков с заявленным обозначением «ГЭЛЛАП».

Выполнение заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2], [4] заглавными буквами соответственно русского и латинского алфавитов стандартным шрифтом, а также практически одинаковый количественный состав букв приводят к большой степени графического сходства сравниваемых обозначений. Изобразительный элемент в товарном знаке [2] не придаёт существенного отличия

противопоставленному товарному знаку от заявленного обозначения, т.к. в указанном товарном знаке доминирующее положение занимает словесный элемент "GALLUP", прежде всего обращающий на себя внимание и служащий для индивидуализации товаров и услуг правообладателя.

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [2], [4] имеют одно и то же смысловое значение, т.к. представляют собой фамилию основателя института общественного мнения, следовательно, являются семантически сходными.

Поскольку правовая охрана противопоставленного товарного знака [2] признана недействительной частично, с сохранением её действия в отношении товаров 16 класса МКТУ: «клеякие вещества для канцелярских или бытовых целей; принадлежности для художников; кисти; пластмассовые материалы для упаковки; игральные карты», заявленное обозначение и указанный товарный знак [2] не содержат в перечне однородных товаров и услуг. Следовательно, сопоставляемые обозначения не являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров и услуг.

Указанные в перечне противопоставленного товарного знака [4] услуги 41 класса МКТУ «воспитание; обеспечение учебного процесса; развлечения, организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий» являются тождественными услугам 41 класса МКТУ заявленного перечня. Услуги 42 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован товарный знак [4], - «научные исследования в области опросов и изучения общественного мнения; организация обследований для выявления общественного мнения и его анализ» являются однородными услугам 35 класса МКТУ «изучение общественного мнения» и услугам 42 класса МКТУ «научные и технологические услуги и относящиеся к ним научные исследования и разработки; услуги по промышленному анализу и научным исследованиям» заявленного перечня, поскольку, как отмечалось выше,

указанные услуги в целом относятся к научным исследованиям и разработкам.

Вышесказанное обуславливает вывод о сходстве до степени смешения заявленного обозначения "ГЭЛЛАП " и противопоставленного товарного знака "GALLUP" [4] с учетом однородности услуг 41, 42 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак [4].

Противопоставленные товарные знаки «GALLUP ADFACT» [5], «GALLUP MEDIA» [6] содержат два словесных элемента, один из которых «GALLUP», расположен в начале обозначений, именно с него начинается произношение и восприятие указанных товарных знаков. Фонетическое вхождение заявленного обозначения в противопоставленные товарные знаки с учётом его начального расположения обуславливает звуковое сходство сравниваемых обозначений.

Противопоставленный товарный знак «GALLUP MEDIA» [6] содержит дополнительное слово «MEDIA», которое в английском языке имеет несколько смысловых значений, в частности, наиболее знакомое российскому потребителю - «средства массовой информации» (Новый англо-русский словарь, Москва, Русский язык, 1996, с.449). Тем не менее, сравниваемые обозначения «GALLUP» и «GALLUP MEDIA» обладают семантическим сходством в силу совпадения элемента GALLUP, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение.

Слово «ADFACT» не является лексической единицей какого-либо иностранного языка, наиболее известного российскому потребителю. Поэтому смысловое значение словосочетания «GALLUP ADFACT» определяется именно словом «GALLUP», что обуславливает вывод о смысловом сходстве сравниваемых обозначений.

Выполнение заявленного обозначения буквами русского алфавита, а противопоставленных товарных знаков [5], [6] – буквами латинского

алфавита, а также содержание двух словесных элементов в противопоставленном обозначении в отличие от одного слова в заявленном обозначении, что создаёт совершенно другое зрительное впечатление в целом, позволяют сделать вывод об отсутствии графического сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [5], [6].

Сказанное обуславливает вывод о сходстве заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [5], [6] в целом, поскольку оно ассоциируется с ними в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Товары 16 класса и услуги 35, 41, 42 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [5], [6] тождественны или однородны товарам 16 и услугам 35, 41 и 42 классов МКТУ заявленного перечня.

С учетом изложенного заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [5], [6] являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров и услуг.

Следовательно, вывод экспертизы о том, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении товаров 16 класса МКТУ и части услуг 35, 41, 42 классов МКТУ в соответствии с пунктом 1 статьи 7 Закона, является правомерным.

Относительно товаров 09 класса и услуг 38 класса МКТУ, указанных в перечне заявки № 2004706040/50, следует отметить, что противопоставленные товарные знаки [2] - [6] не предназначены для маркировки товаров 09 и услуг 38 классов МКТУ. Поэтому основания для отказа в регистрации заявленного обозначения в отношении этих товаров и услуг отсутствуют.

Что касается иных услуг 35, 41, 42 классов МКТУ, то они не могут быть признаны однородными услугам противопоставленных товарных знаков, поскольку представляют собой иные виды услуг, имеют иной круг потребителей и условия оказания.

Относительно Особого мнения, направленного представителем заявителя Руководителю Федеральной службы по интеллектуальной

собственности, патентам и товарным знакам, необходимо отметить, что доводы, изложенные в Особом мнении, повторяют доводы, изложенные в возражении, и проанализированы выше.

В соответствии с изложенным Палата по патентным спорам решила:

удовлетворить возражение от 24.05.2006, отменить решение экспертизы от 26.02.2006 и зарегистрировать заявленное обозначение «ГЭЛЛАП» по заявке № 2004706040/50 в отношении следующих товаров и услуг:

Форма № 81.1

**В бюллетень "Товарные знаки, знаки обслуживания и
наименования мест происхождения товаров"**

(511)

- 09 Приборы и инструменты научные, морские, геодезические, фотографические, кинематографические, оптические, для взвешивания, измерения, сигнализации, контроля (проверки), спасания и обучения; аппаратура для записи, передачи, воспроизведения звука или изображений; магнитные носители информации, оптические носители информации, диски звукозаписи; видеокассеты, ленты магнитные; ленты магнитные для видеозаписи, плёнки для звукозаписи; грампластинки, диапозитивы, диски магнитные, диски оптические, карты с магнитным кодом, плёнки и киноплёнки экспонированные, электронные записные книжки, коврики для мыши, компакт-диски (ПЗУ и аудио-видео), торговые автоматы и механизмы для аппаратов с предварительной оплатой; счётные машины, оборудование для обработки информации и компьютеры; программы для компьютеров, электронные публикации (загружаемые), аудио-визуальные средства обучения, счётчики
- 35 Реклама; информация статистическая; обзоры печати; поиск информации в компьютерных файлах (для третьих лиц); сбор информации по компьютерным базам данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; интерактивная реклама в компьютерной сети
- 38 Телекоммуникации, агентства печати новостей, телевизионное вещание, радиовещание, электронная доска сообщений, обеспечение доступа в Интернет (услуги провайдеров), передача сообщений, передача сообщений и

изображений с использованием компьютера, почта электронная, прокат аппаратуры для передачи сообщений, телеконференции

- 41 Обеспечение интерактивное элетронными публикациями; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; служба новостей
- 42 Услуги по промышленному анализу; разработка и усовершенствование технического и программного обеспечения компьютеров; юридическая служба; размещение веб-сайтов, создание и техническое обслуживание веб-сайтов для третьих лиц