

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения **возражения** **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 28.09.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "МастерВижн", Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021758319 при этом установила следующее.

Обозначение «**MasterVision**» по заявке №2021758319 подано 13.09.2021 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 14, 16, 35, 41, 42 классов МКТУ.

Роспатентом 28.11.2022 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021758319 в отношении всех заявленных товаров 14 и части услуг 42 класса МКТУ, а в отношении товаров 16 и услуг 35, 41 и части услуг

42 классов МКТУ было отказано в регистрации, так как установлено сходство до степени смешения с товарными знаками:

[1-2] - «МАСТЕРВИЖН», «MASTER VISION» по свидетельствам №№823115, 687918 с приоритетом от 18.02.2021г., 23.04.2018г., зарегистрированными на имя Кудряшова Александра Анатольевича, 625041, Тюменская область, г. Тюмень, пр-зд Летний, 9А, 3, в отношении товаров и услуг 16, 35, 41 классов МКТУ;

[3] «VISION MASTER» по международной регистрации №739836 с приоритетом от 06.06.2008г. на имя Iiyama Benelux B.V. h.o.d.n. Iiyama Corporation, Wijkemeerstraat 8 NL-2131 HA Hoofddorp, в отношении товаров и услуг 09, 42 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 42 класса МКТУ.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) для товаров и услуг 16, 35, 41 классов и части услуг 42 класса на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 28.09.2023 поступило возражение на решение Роспатента.

Заявитель соглашается с мнением экспертизы относительно сходства до степени смешения с товарным знаком и однородности охраняемым им товаров 09 и услуг 42 классов МКТУ, однородным заявленным услугам 42 класса. Поэтому не оспаривает принятое Роспатентом решение в части услуг 42 класса МКТУ.

Заявитель сообщает, что им была оспорена правовая охрана противопоставленных товарных знаков по свидетельствам № 687918 № 823115, в результате чего Роспатентом были приняты решения о признании предоставления правовой охраны товарным знакам № 687918 № 823115 недействительной для части товаров и услуг 16, 35, 41 классов МКТУ.

Учитывая исключение из перечня противопоставленных товарных знаков позиций, интересующих заявителя, заявитель полагает преодоленным препятствие к регистрации заявленного обозначения для сокращенного перечня товаров и услуг 16, 35, 41 классов МКТУ.

Кроме указанного обстоятельства заявитель сообщил о корректировке перечня испрашиваемых товаров и услуг с целью преодолеть однородность сопоставляемых перечней. Так, в рамках дополнения к возражению приведен следующий сокращенный перечень испрашиваемых позиций: 16 класс МКТУ «Акварели [картины]; альбомы; альманахи; атласы; афиши / плакаты; банкноты; баннеры бумажные; билеты; бланки; бланки уведомлений [канцелярские товары]; брошюры; буклеты; бумага упаковочная; бюллетени информационные; верстатки наборные; вывески бумажные или картонные; вымпелы бумажные; газеты; гальваностереотипы; гравюры; диаграммы; доски наборные [полиграфия]; журналы [издания периодические]; закладки для книг; иглы гравировальные для офортов; издания периодические; издания печатные; изображения графические; инструменты для отделки под мрамор переплетных крышек; календари; камни литографские; картинки; картинки переводные; картины [рисунки] обрамленные или необрамленные; карточки; карты географические; карты коллекционные, за исключением используемых для игр; каталоги; клише типографские; книги; книги для раскрашивания; книжки-комиксы; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; коробки для штемпелей [печатей]; купоны печатные; ленты бумажные, за исключением галантерейных изделий или украшений для волос; листовки / флаеры; листы бумажные или пластиковые абсорбирующие для упаковки пищевых продуктов; листы бумажные или пластиковые для контроля влажности, используемые как материал для упаковки; листы вискозные для упаковки; листы из регенерированной целлюлозы для упаковки; листы пузырчатые пластмассовые для упаковки или расфасовки; литеры стальные; литеры типографские [цифровые и буквенные]; литографии; марки почтовые; материалы графические печатные; материалы для обучения [за исключением приборов]; материалы переплетные; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; материалы упаковочные из крахмала; машины и устройства переплетные [офисное оборудование]; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; наборы типографские портативные [офисные принадлежности]; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; нитки для

переплетных работ; ноты печатные; обертки для бутылок бумажные или картонные; обложки защитные для книг; олеографии; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; офорты; пакетики бумажные; песенники; пленки пластмассовые для упаковки; полосы клейкие для скрепления переплетов [переплетное дело]; полотно для нанесения краски в машинах для репродуцирования документов; полотно для нанесения краски в множительных аппаратах; полотно для переплетных работ; полотно офсетное нетекстильное; портреты; пресс-папье; продукция печатная; произведения искусства литографические; проспекты; расписания печатные; реглеты типографские; реестры; резак для бумаги [офисные принадлежности]; репродукции графические; столы наборные [печатное дело]; ткани для переплетных работ; упаковки для бутылок бумажные или картонные; устройства для изготовления виньеток; устройства для наклеивания фотографий; учебники [пособия]; флаги бумажные; фотогравюры; фотографии [отпечатанные]; хромолитографии; цифры [литеры типографские]; чертежи [синьки]; шаблоны; шрифты типографские; эстампы [гравюры]; этикетки из бумаги или картона»; 35 класс МКТУ «реклама; агентства по импорту-экспорту, а именно по импорту-экспорту товаров, включенных в 14 и 16 классы; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости, а именно анализ себестоимости товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров, а именно демонстрация товаров, включённых в 14 и 16 классы; изучение общественного мнения, а именно изучение общественного мнения в области нумизматики, коллекционирования, полиграфии; изучение рынка; а именно изучение рынка товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые, а именно маркетинговые исследования, относящиеся к товарам и услугам, включённым в 14, 16, 41 и 42 классы; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг, а именно маркетинг в сфере товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой, а именно маркетинг целевой в сфере товаров и

услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; менеджмент в области творческого бизнеса; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок, а именно торговых ярмарок товаров, включённых в 14 и 16 классы; оформление витрин, а именно оформление витрин товаров, включённых в 14 и 16 классы; оценка коммерческой деятельности, а именно оценка коммерческой деятельности относящейся к товарам и услугам, включённым в 14, 16, 41 и 42 классы; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; а именно по вопросам выбора товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг, а именно для места онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг, а именно торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; 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; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, а именно презентация товаров, включённых в 14 и 16 классы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная, а именно продажа аукционная товаров, включённых в 14 и 16 классы; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц, а именно продвижение продаж товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; а именно продвижение товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; производство программ телемагазинов, а именно программ телемагазинов, касающихся товаров, включённых в 14 и 16 классы; 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, а именно распространение образцов товаров, включенных в 14 и 16 классы; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг, а именно телемаркетинг в сфере товаров и услуг, включенных в 14, 16, 41 и 42 классы; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, а именно управление коммерческое лицензиями на товары и услуги, включёнными в 14, 16, 41 и 42 классы; управление потребительской лояльностью; а именно управление потребительской лояльностью в области товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; управление процессами обработки заказов товаров, а именно управление процессами обработки заказов товаров, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; услуги коммерческого лоббирования; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка, а именно рынка товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж, а именно по поисковой оптимизации продвижения продаж товаров, включённых в 14 и 16 классы; услуги по сравнению цен, а именно услуги по сравнению цен на товары и услуги, включённые в 14, 16, 41 и 42 классы; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], а именно товара; экспертиза деловая; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; а именно услуги по розничной, оптовой продаже товаров, включённых в 14 и 16 классы; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, а именно услуги магазинов по розничной, оптовой продаже, включённых в 14 и 16 классы; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок, а именно услуги розничной продажи товаров, включённых в 14 и 16

классы, по каталогу путем почтовых отправлений; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов, а именно услуги по розничной продаже товаров, включённых в 14 и 16 классы, с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов»; 41 класс МКТУ «издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; организация выставок с культурно-просветительной целью, а именно выставок в области нумизматики; организация и проведение конференций, а именно конференций в области нумизматики; организация и проведение мастер-классов [обучение], а именно мастер-классов в области коллекционирования и нумизматики; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов; услуги клубов [развлечение или просвещение], а именно услуги клубов нумизматов; фотографирование, а именно фотографирование, связанное с издательской деятельностью, фотографирование, относящееся к товарам 14 и 16 классов».

На основании вышеизложенного выражена просьба изменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021758319 в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 16, 35, 41 классов МКТУ.

Изучив материалы дела, заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (13.09.2021) поступления заявки №2021758319 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше 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.

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

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

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

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

В соответствии с пунктом 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.

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.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака словесное обозначение «**MasterVision**» по заявке №2021758319 выполнено стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров и услуг 16, 35, 41 классов МКТУ в дополнение к товарам и услугам 14, 42 классов МКТУ, в отношении которых уже принято решение о регистрации.

Противопоставленные товарные знаки [1-2] - «**МАСТЕРВИЖН**», «**MASTER VISION**» по свидетельствам №№823115, 687918 с приоритетом от 18.02.2021г., 23.04.2018г. выполнены буквами латинского и русского алфавитов. Правовая охрана товарным знакам предоставлена, в том числе, в отношении товаров 16 и услуг 35, 41 классов МКТУ.

Противопоставленный знак [3] «*Vision Master*» по международной регистрации №739836 с приоритетом от 06.06.2008г. выполнен буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом. Правовая охрана знаку на территории России предоставлена в отношении товаров и услуг 09, 42 классов МКТУ.

В оспариваемом решении в качестве препятствующих регистрации оснований перечислены несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Учитывая согласие заявителя с регистрацией обозначения по заявке №2021758319 в отношении части услуг 42 класса МКТУ, а также учитывая уплату заявителем пошлины за регистрацию в данной части и получение им свидетельства для услуг 42 класса МКТУ, противопоставление [3] не подлежит дальнейшему анализу, так как не входит в предмет оспаривания по возражению.

В рамках возражения заявителем оспаривается отказ в регистрации в отношении товаров 16 и услуг 35, 41 классов МКТУ, который связан с наличием противопоставлений [1-2].

Анализ обозначения по заявке №2021758319 на соответствие требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Сходство обозначения «**MasterVision**» по заявке №2021758319 с противопоставленным товарным знаком [2] основывается на вхождении словесного элемента «**MASTERVISION**» противопоставленного знака в заявленное обозначение.

Данный факт обуславливает фонетическое, семантическое тождество сопоставляемых словесных элементов, а также их графическое сходство за счет выполнения буквами одинакового алфавита.

Присутствие в противопоставленном товарном знаке изобразительного элемента в виде темного фона не изменяет восприятие словесного обозначения «**MASTERVISION**» в целом.

Сходство обозначения «**MasterVision**» по заявке №2021758319 с противопоставленным товарным знаком [1] основывается на фонетическом

тождестве словесных элементов «MASTERVISION» / «МАСТЕРВИЖН» сравниваемых обозначений.

Таким образом, сходство заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками [1-2] является высоким, близким к тождеству.

Анализ однородности испрашиваемых товаров и услуг 16, 35, 41 классов МКТУ соответствующим услугам в перечне противопоставленных товарных знаков [1-2] показал следующее.

В отношении товаров 16 класса МКТУ противопоставлением является товарный знак по свидетельству №823115, правовая охрана которого была признана недействительной решением Роспатента от 31.10.2023 для части товаров, относящихся к родовым группам «печатная продукция», «материалы переплетные», «изделия типографские», «упаковочные материалы».

Вместе с тем испрашиваемые товары 16 класса МКТУ *«Акварели [картины]; альбомы; альманахи; атласы; афиши / плакаты; банкноты; баннеры бумажные; билеты; бланки; бланки уведомлений [канцелярские товары]; брошюры; буклеты; бумага упаковочная; бюллетени информационные; верстатки наборные; вывески бумажные или картонные; вымпелы бумажные; газеты; гальваностереотипы; гравюры; диаграммы; доски наборные [полиграфия]; журналы [издания периодические]; закладки для книг; иглы гравировальные для офорттов; издания периодические; издания печатные; изображения графические; инструменты для отделки под мрамор переплетных крышек; календари; камни литографские; картинки; картинки переводные; картины [рисунки] обрамленные или необрамленные; карточки; карты географические; карты коллекционные, за исключением используемых для игр; каталоги; клише типографские; книги; книги для раскрашивания; книжки-комиксы; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; коробки для штемпелей [печатей]; купоны печатные; ленты бумажные, за исключением галантерейных изделий или украшений для волос; листовки / флаеры; листы бумажные или пластиковые абсорбирующие для упаковки пищевых продуктов; листы бумажные или пластиковые для контроля влажности, используемые как материал для упаковки; листы вязкозные для*

упаковки; листы из регенерированной целлюлозы для упаковки; листы пузырчатые пластмассовые для упаковки или расфасовки; литеры стальные; литеры типографские [цифровые и буквенные]; литографии; марки почтовые; материалы графические печатные; материалы для обучения [за исключением приборов]; материалы переплетные; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; материалы упаковочные из крахмала; машины и устройства переплетные [офисное оборудование]; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; наборы типографские портативные [офисные принадлежности]; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; нитки для переплетных работ; ноты печатные; обертки для бутылок бумажные или картонные; обложки защитные для книг; олеографии; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; офорты; пакетики бумажные; песенники; пленки пластмассовые для упаковки; полосы клейкие для скрепления переплетов [переплетное дело]; полотно для нанесения краски в машинах для репродуцирования документов; полотно для нанесения краски в множительных аппаратах; полотно для переплетных работ; полотно офсетное нетекстильное; портреты; пресс-папье; продукция печатная; произведения искусства литографические; проспекты; расписания печатные; реглеты типографские; реестры; резаки для бумаги [офисные принадлежности]; репродукции графические; столы наборные [печатное дело]; ткани для переплетных работ; упаковки для бутылок бумажные или картонные; устройства для изготовления виньеток; устройства для наклеивания фотографий; учебники [пособия]; флаги бумажные; фотогравюры; фотографии [отпечатанные]; хромографии; цифры [литеры типографские]; чертежи [синьки]; шаблоны; шрифты типографские; эстампы [гравюры]; этикетки из бумаги или картона» относятся именно к тем родовым группам товаров, в отношении которых правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству №823115 прекращена.

Оставшиеся в перечне противопоставленного товарного знака товары могут быть отнесены к родовым группам «бумага и картон, изделия из него», «канцелярские товары», «товары для художников», «офисные приборы и

инструменты», которым неоднородны испрашиваемые печатные издания, типографские приборы и оборудование, а также материалы и изделия упаковочные.

Учитывая, что в отношении перечисленных выше испрашиваемых товаров правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству №823115 была прекращена в результате признания его в этой части несоответствующим требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса в результате рассмотрения возражения Общества с ограниченной ответственностью «Мастервижн», которое доказало в данной части наличие старшего права на фирменное наименование, противопоставление в данной части является преодоленным.

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ подлежат повторному анализу на предмет однородности с услугами 35 класса МКТУ, в отношении которых осталась в силе правовая охрана товарных знаков по свидетельствам №№823115, 687918.

При принятии решения о прекращении правовой охраны товарных знаков по свидетельствам №№823115, 687918 для части услуг 35 класса МКТУ Роспатент исходил из доказанности более раннего права на фирменное наименование ООО «Мастервижн» в отношении услуг реализации и продвижения товаров, а также действуя в рамках сформулированного лицом, подавшим возражение, перечня услуг, испрашиваемого к прекращению.

Так, правовая охрана товарного знака по свидетельству №823115 признана недействительной для следующей части услуг 35 класса МКТУ *“организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; организация подписки на газеты для третьих лиц; оформление витрин; 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; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; телемаркетинг; услуги коммерческого*

лоббирования; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги PPC; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; производство программ телемагазинов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; расклейка афиш; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; анализ себестоимости; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; прогнозирование экономическое; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; оценка коммерческой деятельности; экспертиза деловая”, а товарного знака по свидетельству №687918 в отношении следующей части услуг «анализ себестоимости; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; предоставление перечня вебсайтов с коммерческой или рекламной целью; прогнозирование экономическое; производство программ телемагазинов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги PPC; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; экспертиза деловая; телемаркетинг; торговля оптовая фармацевтическими,

ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; оценка коммерческой деятельности; расклейка афиш».

Действие правовой охраны противопоставленных товарных знаков сохранено в отношении услуг 35 класса МКТУ, представляющих собой бизнес-услуги, услуги информационные, офисные, административные, секретарские, услуги помощи предпринимателям.

Вместе с тем правовая охрана противопоставленного знака по свидетельству №823115 сохранила свое действие в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ *«менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; 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]; информация деловая; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; прокат офисного оборудования и аппаратов;*

онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; прокат фотокопировального оборудования; регистрация данных и письменных сообщений; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; услуги в области общественных отношений; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования», а противопоставленного знака по свидетельству № 687918 – в отношении тех же услуг, кроме услуг онлайн-сервисов розничных.

Коллегия проанализировала перечень услуг 35 класса МКТУ, для которых правовая охрана была сохранена, и обнаружила в нем позиции «*онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки*» противопоставленного товарного знака по свидетельству № 823115, и позиции «*информация деловая; предоставление*

информации через веб-сайты; аудит коммерческий; менеджмент в области бизнеса», в отношении которых в ранее рассмотренных возражения общества «Мастервижн» не испрашивалось прекращение правовой охраны товарных знаков по свидетельствам №№687918-[2], 823115-[1], и установила следующее.

Услуги 35 класса МКТУ «онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки» противопоставленного знака [1] представляют собой услуги реализации, относятся к родовой группе услуг по продаже товаров. Часть испрашиваемых позиций 35 класса МКТУ конкретизирована по способу оказания путем Интернет-сайтов *«предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг, а именно для места онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг, включённых в 14 и 42 классы; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг, а именно торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг, включённых в 14 и 42 классы; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, а именно презентация товаров, включенных в 14 класса; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги PPC; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги розничной продажи товаров с использованием Интернет-сайтов, а именно услуги по розничной продаже товаров, включённых в 14 и 16 классы, с использованием Интернет-сайтов»*. Ввиду совпадения в данном случае не только родовой группы услуг, но и способа их оказания, присутствуют два признака однородности – совпадение родовой группы и способа оказания, которые свидетельствуют о вероятности смешения сравниваемых обозначений, несмотря на отличия в реализуемых товарах.

Кроме того, ряд испрашиваемых позиций конкретизированного перечня содержит родовые наименования групп услуг *«организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»*, которые относятся к родовой группе услуг по

реализации, как и услуги 35 класса МКТУ *«онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки»*, а в отсутствии указания на иное назначение по реализации других видов товаров, испрашиваемые услуги однородны услугам, содержащимся в перечне противопоставленного знака.

Что касается сокращения перечня в части услуг реализации – товарами 14, 16, услугами 41, 42 классов МКТУ, то коллегия отмечает следующее. Предложенное сокращение по большей части не устраняет признаков однородности услугам *«онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки»* по следующим причинам.

Сервисы для скачивания музыки и фильмов, а также рингтонов часто в гражданском обороте связаны с реализацией не только аудиофайлов или видеофайлов, но и с реализацией электронного вида печатных изданий, так как, например, на сайтах реализации книг, имеются форматы приобретения путем доставки изданной книгопечатной продукции, а также покупки электронной версии книги путем ее загрузки в память устройства или приобретения аудиофайла с аудиокнигой. На тех же сервисах могут присутствовать пластинки с записью классических музыкальных произведений для проигрывания ученикам музыкальных школ. На популярных онлайн-сервисах по продаже книгопечатной продукции, как <https://www.labyrinth-bookstore.ru/media/>, <https://www.litres.ru/> и иных, сопоставляемые виды услуг по реализации книг, аудиофайлов и видеофайлов производятся совместно, что указывает на вероятность смешения сопоставляемых тождественных обозначений в отношении в высокой степени однородных услуг (по реализации товаров 16 класса МКТУ с одной стороны и по реализации аудиофайлов - с другой стороны).

В отношении сформулированного ограничения ряда позиций по продвижению, связанных с услугами 41 класса МКТУ, коллегия отмечает, что данное уточнение касается всех возможных по МКТУ услуг 41 класса МКТУ, а не

только тех, в отношении которых правовая охрана обозначению по заявке №2021758319 может быть предоставлена. Следовательно, учитывая сохранение действия правовой охраны противопоставленных товарных знаков [1-2] в отношении широкого перечня услуг 41 класса МКТУ, испрашиваемые услуги по введению в оборот услуг 41 класса МКТУ будут сопутствовать деятельности владельца противопоставленных знаков.

Услуга 35 класса МКТУ *«информация деловая»* представляют собой услугу родовой группы услуг по исследованию рынка и общественного мнения, которой однородны следующие испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ *“анализ себестоимости, а именно анализ себестоимости товаров и услуг, включённых в 14, 16 , 41 и 42 классы; изучение общественного мнения, а именно изучение общественного мнения в области нумизматики, коллекционирования, полиграфии; изучение рынка; а именно изучение рынка товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые, а именно маркетинговые исследования, относящиеся к товарам и услугам, включённым в 14, 16, 41 и 42 классы; маркетинг, а именно маркетинг в сфере товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой, а именно маркетинг целевой в сфере товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; услуги по исследованию рынка, а именно рынка товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; экспертиза деловая”*.

Услуга *«предоставление деловой информации через веб-сайты;»* в перечне противопоставленных товарных знаков является услугой информационной, которой однородны следующие услуги испрашиваемого перечня *“агентства по коммерческой информации; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; а именно по вопросам выбора товаров и услуг, включенных в 14, 16, 41 и 42 классов; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; предоставление отзывов пользователей в рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в рекламных целях”*.

Услуга *“менеджмент в сфере бизнеса”* представляет собой процесс управления, предполагающий выполнение функций, таких, как прогнозирование, планирование, создание организационных структур, координация, стимулирование (мотивация) деятельности, контроль и анализ. В ходе осуществления управления могут быть использованы следующие методы: экономический анализ, сравнение, моделирование (см. <https://school.hse.ru/nis/managementbusiness>). Учитывая изложенное услуга *“менеджмент в сфере бизнеса”* представляет собой крайне широкую позицию, которая сопряжена с оказанием ряда иных услуг в испрашиваемом перечне, то есть ей являются однородными следующие услуги *“менеджмент в области творческого бизнеса; прогнозирование экономическое; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, а именно управление коммерческое лицензиями на товары и услуги, включёнными в 14, 16, 41 и 42 классы; управление потребительской лояльностью; а именно управление потребительской лояльностью в области товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; управление процессами обработки заказов товаров, а именно управление процессами обработки заказов товаров, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; разработка рекламных концепций; услуги коммерческого лоббирования”*.

Услуга *“аудит коммерческий”* в перечне противопоставленного знака представляет собой услугу по проверке соответствия сайта компании, деятельности компании относительно достаточности действий, предпринимаемых для получения прибыли и повышения узнаваемости компании. Так, например, коммерческий аудит сайта – это проверка на соответствие ресурса негласным правилам поисковых систем. Сайт оценивается с точки зрения пользователя – есть ли на нем вся информация, необходимая для принятия решения о покупке, вызывает ли он доверие у посетителя (см. <https://kokoc.com/uslugi/audit/kommercheskiy/>). Учитывая изложенную информацию, данной услуге следует признать однородными следующие позиции испрашиваемого перечня *“услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж, а именно по поисковой оптимизации продвижения продаж товаров, включённых в 14 и 16 классы; услуги по сравнению цен, а именно услуги по сравнению цен на товары и*

услуги, включённые в 14, 16, 41 и 42 классы; оценка коммерческой деятельности, а именно оценка коммерческой деятельности относящейся к товарам и услугам, включённым в 14, 16, 41 и 42 классы; прогнозирование экономическое". Данный вывод обусловлен близостью сфер оказания сравниваемых услуг, общим назначением (устранение препятствий к повышению коммерческой привлекательности компании). О том, что сопоставляемые услуги тесно связаны и могут быть оказаны одним и тем же лицом свидетельствуют соответствующие предложения об оказании рассматриваемых услуг (см. <https://www.intervolga.ru/adv/kommercheskiy-audit/>).

Вместе с тем, анализ однородности сопоставляемых перечней показал, что правовая охрана противопоставленных товарных знаков не действует в отношении товаров 14 класса МКТУ и услуг 42 класса МКТУ. Товары 14 класса представляют собой ювелирные украшения, изделия из благородных металлов, а также бижутерию, не реализуются путем выгрузки электронных файлов, их можно лишь выбрать в каталоге интернет-магазина, то есть может совпадать способ продвижения товара, однако способ оказания услуги не совпадает, а также не совпадает по назначению (реализация аудиовизуальных файлов и реализация товаров из благородных металлов). Учитывая исключение из перечня противопоставленных знаков обще родовых позиций, связанных с реализацией товаров, коллегия находит соответствующим законодательству возможность регистрации заявленного обозначения для конкретизированного по назначению (виду реализуемого товара) и способу оказания перечня услуг 35 класса МКТУ, связанных в реализацией и продвижением товаров 14 класса МКТУ и услуг 42 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту, а именно по импорту-экспорту товаров, включенных в 14 класс МКТУ; демонстрация товаров, а именно демонстрация товаров, включённых в 14 класс; организация торговых ярмарок, а именно торговых ярмарок товаров, включённых в 14 класс; оформление витрин, а именно оформление витрин товаров, включенных в 14 класс; продажа аукционная, а именно продажа аукционная товаров, включенных в 14 класс; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; телемаркетинг, а именно*

телемаркетинг в сфере товаров и услуг, включенных в 14 и 42 классы; услуги по розничной, оптовой продаже товаров, а именно услуги по розничной, оптовой продаже товаров, включённых в 14 класс; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, а именно услуги магазинов по розничной, оптовой продаже, включённых в 14 класс; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок, а именно услуги розничной продажи товаров, включённых в 14 класс, по каталогу путем почтовых отправок; продвижение продаж для третьих лиц, а именно продвижение продаж товаров и услуг, включенных в 14 и 42 классы; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; а именно продвижение товаров и услуг, включенных в 14 и 42 классы; производство программ телемагазинов, а именно программ телемагазинов, касающихся товаров, включенных в 14 класс; прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек; прокат торговых стоек; распространение образцов, а именно распространение образцов товаров, включенных в 14 класс». Во всех перечисленных позициях отсутствует указание на способ реализации путем онлайн-сервисов розничных, а напротив, присутствуют иные способы оказания - аукционная продажа, традиционные способы розничной и оптовой продажи, продажа каталожная, через теле-магазины, то есть отличается способ оказания услуг и их назначение по виду реализуемого товара от услуг “онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки” противопоставленного знака [1].

Коллегия принимает во внимание тесную связь услуг по реализации и продвижению товаров, однако обращает внимание также на узкий профиль услуг реализации, для которых противопоставленный товарный знак сохранил свою правовую охрану, а также на отсутствие в перечне противопоставленных товарных знаков позиций, связанных с рекламой товаров. Коллегия при этом исходит из понимания рекламы как деятельности, направленной на повышение узнаваемости товара, привлекательности товара в глазах потребителя, оказываемая

специализированными агентствами, не совпадая по источнику оказания услуги с лицами, оказывающими услуги реализации.

Ввиду изложенного испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ «*реклама; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; макетирование рекламы; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация показов мод в рекламных целях; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; услуги манекенщиц для рекламы или продвижения товаров;*», представляющие собой родовую группу услуг по рекламе товаров, а также по исследованию рынка, неоднородны услугам «*онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки*», а также остальным услугам 35 класса МКТУ «*аудит коммерческий; менеджмент в сфере бизнеса; информация деловая; предоставление деловой информации*» противопоставленного товарного знака, поскольку отличаются по родовой группе, источнику оказания и кругу потребителей.

Что касается анализа однородности испрашиваемых услуг 41 класса МКТУ и услуг 41 класса МКТУ, содержащихся в перечне противопоставленных товарных знаков, то коллегия установила следующее.

Правовая охрана товарного знака по свидетельству №823115 была прекращена решением Роспатента от 14.06.2022 в отношении следующего перечня услуг «*издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов*», а товарного знака по

свидетельству №687918 – в отношении услуг 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»*, а в решении от 30.10.2023 в отношении услуг *«обеспечение интерактивными электронными публикациями незагружаемыми»*.

Учитывая полное исключение из перечня противопоставленных товарных знаков услуг, относящихся к редакционно-издательской деятельности, испрашиваемые услуги 41 класса МКТУ *«издание книг; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; макетирование публикаций, за исключением рекламных; редактирование текстов;»* неоднородны услугам, оставшимся в перечне противопоставленных товарных знаков.

Вместе с тем, испрашиваемые услуги *«организация выставок с культурно-просветительной целью, а именно выставок в области нумизматики; организация и проведение конференций, а именно конференций в области нумизматики; организация и проведение мастер-классов [обучение], а именно мастер-классов в области коллекционирования и нумизматики; услуги клубов [развлечение или просвещение], а именно услуги клубов нумизматов; фотографирование, а именно фотографирование, связанное с издательской деятельностью, фотографирование, относящееся к товарам 14 и 16 классов»* однородны услугам противопоставленных товарных знаков *«образование; развлечения; фотографирование; фоторепортажи; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]»*, так как сопоставляемые услуги совпадают по родовым группам (просветительские/обучения/фотографирования), условиям оказания и кругу потребителей.

Таким образом, в указанной части услуг 41 класса МКТУ, а также перечисленных выше услуг 35 класса МКТУ «предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг, а именно для места онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг, включённых в 14 и 42 классы; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг, а именно торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг, включённых в 14 и 42 классы; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, а именно презентация товаров, включённых в 14 класса; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги PPC; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги розничной продажи товаров с использованием Интернет-сайтов, а именно услуги по розничной продаже товаров, включённых в 14 и 16 классы, с использованием Интернет-сайтов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; анализ себестоимости, а именно анализ себестоимости товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; изучение общественного мнения, а именно изучение общественного мнения в области нумизматики, коллекционирования, полиграфии; изучение рынка; а именно изучение рынка товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые, а именно маркетинговые исследования, относящиеся к товарам и услугам, включённым в 14, 16, 41 и 42 классы; маркетинг, а именно маркетинг в сфере товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой, а именно маркетинг целевой в сфере товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; услуги по исследованию рынка, а именно рынка товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; экспертиза деловая; агентства по коммерческой информации; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; а именно по вопросам выбора товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классов; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях;

предоставление отзывов пользователей в рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в рекламных целях; менеджмент в области творческого бизнеса; прогнозирование экономическое; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, а именно управление коммерческое лицензиями на товары и услуги, включёнными в 14, 16, 41 и 42 классы; управление потребительской лояльностью; а именно управление потребительской лояльностью в области товаров и услуг, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; управление процессами обработки заказов товаров, а именно управление процессами обработки заказов товаров, включённых в 14, 16, 41 и 42 классы; разработка рекламных концепций; услуги коммерческого лоббирования; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж, а именно по поисковой оптимизации продвижения продаж товаров, включённых в 14 и 16 классы; услуги по сравнению цен, а именно услуги по сравнению цен на товары и услуги, включённые в 14, 16, 41 и 42 классы; оценка коммерческой деятельности, а именно оценка коммерческой деятельности относящейся к товарам и услугам, включённым в 14, 16, 41 и 42 классы; прогнозирование экономическое» обозначение по заявке №2021758319 не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, так как в данной части одновременно сделан вывод об однородности услуг, так и о сходстве обозначений, следовательно, о вероятности смешения обозначений на рынке.

В тоже время в отношении всех испрашиваемых товаров 16 класса МКТУ, части услуг 35 и 41 классов МКТУ заявленное обозначение соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, так как сопоставляемые товары и услуги являются неоднородными.

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

удовлетворить возражение, поступившее 28.09.2023, изменить решение Роспатента от 28.11.2022 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021758319.