

**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) [далее – Правила ППС], рассмотрела возражение, поступившее 29.01.2024, поданное Индивидуальным Предпринимателем Степановым Алексеем Львовичем, Алтайский край, Первомайский район, с. Санниково (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022752410 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2022752410, поданной 02.08.2022, испрашивалось на имя заявителя в отношении товаров 05, услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение:



» в цветовом сочетании: «черный, белый».

Роспатентом 19.10.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022752410 в отношении всех товаров 05 и части услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне, в связи с его несоответствием требованиям пунктов 3 (2), 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено следующее:



- на имя заявителя зарегистрирован тождественный товарный знак «ЛЕСОРУБКА» по свидетельству № 886986 с приоритетом 04.08.2021, в отношении тождественного перечня услуг 35 классов МКТУ. В случае регистрации товарного знака по заявке № 2022752410 заявитель станет обладателем исключительного права на тождественный товарный знак. Следует отметить, что в соответствии со статьей 1481 Кодекса свидетельство на товарный знак удостоверяет исключительное право владельца на товарный знак в отношении товаров и услуг, указанных в свидетельстве, то есть, очевидно, что исключительное право удостоверяется только одним документом. Таким образом, государственная регистрация в качестве товарного знака обозначения, тождественного зарегистрированному товарному знаку на имя того же правообладателя в отношении совпадающего перечня товаров и услуг, противоречит природе исключительного права, следовательно, такая регистрация будет противоречить общественным интересам. Таким образом, заявленное обозначение по заявке № 2022752410 не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для части заявленных услуг 35 класса МКТУ;

- заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее зарегистрированным



товарным знаком «ЛЕСОРУБ» по свидетельству № 586617 с приоритетом от 06.02.2015, на имя Открытого акционерного общества «Центрлесэкспо», 101990, Москва, Армянский пер., 9/1/1, стр. 1, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- при анализе сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака установлено звуковое сходство словесных элементов «ЛЕСОРУБКА» и «ЛЕСОРУБ». Экспертизой учитывалось графическое исполнение словесного элемента «ЛЕСОРУБКА», в соответствии с которым одним из вариантов прочтения данного элемента является «ЛЕСОРУБ» «КА»;

- услуги 35 класса МКТУ *«агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; исследования в области*

бизнеса; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; подготовка исследований рентабельности бизнеса; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление 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; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение

образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямой почтовой; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сведения о деловых операциях; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; услуги РРС; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» заявленного обозначения являются однородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617, поскольку они относятся к одному виду, роду, имеют одинаковое назначение, условия реализации и общий круг потребителей.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 29.01.2024 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 19.10.2023.

Доводы возражения, поступившего 29.01.2024, сводятся к следующему:

- заявитель спорит с однородностью услуг 35 класса МКТУ. Перечень услуг 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617 имеет отношение только к двум видам бизнес-деятельности: рекламе, менеджменту и администрированию;
- при обращении к Федеральному закону «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (в современной действующей редакции от 13.06.2023 г.) в статье 3 дается определение рекламных услуг: «реклама» - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке». Иными словами, «реклама» - это распространение информации коммерческого характера;
- заявитель не претендует на регистрацию в 35 классе МКТУ такой услуги как «реклама»;
- согласно специализированным бизнес-словарям и учебным пособиям услуга 35 класса МКТУ «менеджмент в сфере бизнеса» - это управление, руководство, администрирование, направленное на разработку, максимально эффективное использование и контроль социально-экономических систем. То есть менеджмент - это услуга по профессиональному руководству, на что заявитель не претендует;
- услуги 35 класса МКТУ «административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба» противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617 являются уточняющими формулировками для услуги «менеджмент в сфере бизнеса»;
- услуги по торговле не могут быть признаны сходными услугам по рекламе и менеджменту, то есть услугам по управлению и контролю за бизнесом;
- заявитель не возражает против регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам

*товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг»,* которые являются услугами торговли;

- заявитель просит зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении услуг 35 класса МКТУ «*продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]*». Вместе с тем, остальные услуги 35 класса МКТУ заявитель в возражении оставляет на усмотрение коллегии палаты по патентным спорам;

- согласно сведениям из ЕГРЮЛ такой организации, юридического лица как «Центрлесэкспо» (ОГРН 1027700378199, ИНН 7709302893, КПП 770101001), не существует с 17.03.2020 г. по причине его ликвидации. Указанная информация об отсутствии правообладателя товарного знака по свидетельству № 586617 должна быть принята к сведению.

На основании изложенного в возражении, поступившем 29.01.2024, содержится просьба об изменении решения Роспатента от 19.10.2023 и государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении заявленного перечня услуг 35 класса МКТУ.

Уведомленный надлежащим образом заявитель на заседании коллегии отсутствовал.

В соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка сторон спора, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (02.08.2022) заявки № 2022752410 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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).

Согласно пункту 1 статьи 1477 Кодекса на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак.

Согласно статье 1479 Кодекса на территории Российской Федерации действует исключительное право на товарный знак, зарегистрированный федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности, а также в других случаях, предусмотренных международным договором Российской Федерации.

Согласно пункту 2 статьи 1481 Кодекса свидетельство на товарный знак удостоверяет приоритет товарного знака и исключительное право на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 3 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 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 том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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



«ЛЕСОРУБКА» представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из стилизованного изображения мужчины с топором и словесных элементов «ЛЕСОРУБКА», «не руби с плеча», выполненных рядом с изобразительным элементом на двух строках. Регистрация заявленного обозначения (1) испрашивается в отношении товаров 05, услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки, в цветовом сочетании: «черный, белый».

Заявитель в возражении не оспаривает выводы экспертизы в части противоречия заявленного обозначения требованиям пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса ввиду противопоставления тождественного товарного знака по свидетельству № 886986 в отношении идентичных услуг 35 класса МКТУ и двойной регистрации.

В отношении несоответствия заявленного обозначения (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В отношении услуг 35 класса МКТУ в заключении по результатам экспертизы заявленному обозначению противопоставлен товарный знак  «ЛЕСОРУБ» по свидетельству № 586617 с приоритетом от 06.02.2015 г. Правообладатель: ОАО «Центрлесэкспо». Правовая охрана товарного знака по свидетельству № 586617 действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ *«реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба»* в цветовом сочетании: «белый, зелёный, светло-зелёный, коричневый».

В комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом является словесный элемент, так как он легче запоминается, чем изобразительный, и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения. При оценке сходства учтено, что наибольшую индивидуализирующую нагрузку в сравниваемых обозначениях несут словесные элементы «ЛЕСОРУБКА», «ЛЕСОРУБ», которые в первую очередь запоминаются потребителем.

Словесный элемент «ЛЕСОРУБКА» заявленного обозначения выделен на две части «ЛЕСОРУБ» и «КА», однако, способен восприниматься как самостоятельный элемент обозначения. Словесный элемент «ЛЕСОРУБ» противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617 имеет полное фонетическое и семантическое вхождение в заявленное обозначение. Таким образом, сравниваемые обозначения вызывают однозначные семантические ассоциации с рубкой леса, вырубкой деревьев и удалением их из леса. Визуально сравниваемые обозначения имеют графические различия, обусловленные наличием изобразительных элементов и цветового сочетания. Вместе с тем, данные различия носят второстепенный характер с точки зрения их индивидуализирующей способности. Выполнение сравниваемых словесных элементов заглавными буквами русского алфавита визуально сближает сравниваемые обозначения.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству № 586617 ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия, что заявителем не оспаривается.

Анализ однородности сравниваемых услуг 35 класса МКТУ показал следующее.

В отношении довода заявителя в части услуг 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг»* коллегия отмечает следующее. Согласно решению Роспатента от 19.10.2023 заявленное обозначение уже зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении этих услуг, что позволяет коллегии их дополнительно не анализировать.

В отношении остального перечня услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых заявителю было отказано в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, коллегия отмечает следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; исследования в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; подготовка исследований рентабельности бизнеса; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; проведение коммерческих мероприятий; сведения о деловых операциях; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; 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 компьютеризированное медицинскими картами и файлами; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги лидогенерации; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса»* представляют собой бизнес-услуги и являются однородными по отношению к услугам 35 класса МКТУ *«менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса»* противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617, при этом они соотносятся как род (вид), имеют общее назначение, общий круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; макетирование рекламы; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; услуги PPC; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов» представляют собой услуги в области рекламы, проката рекламы. Таким образом, указанные заявленные услуги 35 класса МКТУ и услуга 35 класса МКТУ «реклама» противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617 являются однородными, поскольку либо идентичны, либо объединены общим родовым понятием «*продвижение товаров*», имеют общее назначение (для рекламирования, продвижения товаров и услуг на рынке), общий круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «*продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж*» представляют собой услуги продвижения товаров. Как известно, под «*продвижением товаров*» следует понимать совокупность разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров. Поскольку услуга 35 класса МКТУ «реклама» противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617 представляет собой деятельность в пользу третьих лиц, имеющую своей

целью привлечение внимания к объектам рекламирования с целью повышения спроса и роста продаж, то оценка указанных сравниваемых услуг 35 класса МКТУ как однородных по роду, условиям оказания, кругу потребителей представляется обоснованной.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; исследования маркетинговые; телемаркетинг»* представляют собой услуги из области маркетинга и продвижения товаров. Следует пояснить, что под услугами маркетинга понимается совокупность действий, цель которых – убедить покупателей приобрести продукцию фирмы. Маркетинг включает проведение мероприятий по распространению и рекламированию выпускаемой продукции. Кроме того, он предполагает изучение рынка, для того чтобы определить вероятную реакцию покупателя на планируемые к производству новые продукты и выяснить, можно ли повысить привлекательность уже выпускаемых продуктов путем их модификации. В конечном счете никакой маркетинг не поможет продать те продукты, которые не нравятся покупателям; однако плохой маркетинг может привести к неудачам в сбыте продукта, который мог бы понравиться покупателям (Экономика. Толковый словарь. — М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М., см.[https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ\\_dict/8874](https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/8874)). Как видно, реклама рассматривается как часть маркетинга. Действительно, услуги рекламы и маркетинговые услуги являются взаимодополняемыми и зачастую оказываются в комплексе, кроме того, они имеют общую родовую принадлежность, что определяет их общий круг потребителей. С учетом сказанного перечисленные услуги, являющиеся услугами маркетинга, однородны услугам 35 класса МКТУ «реклама» противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617 по роду, условиям оказания, кругу потребителей и критерию «взаимодополняемость».

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«бюро по найму; комплектование штата сотрудников; написание резюме для третьих лиц; тестирование психологическое при подборе персонала»* представляют собой услуги по подбору персонала и являются однородными по отношению к услугам 35 класса МКТУ *«административная деятельность в сфере бизнеса»* противопоставленного

товарного знака по свидетельству № 586617, поскольку они имеют общее назначение, общий круг потребителей, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«запись сообщений [канцелярия]; обработка текста; регистрация данных и письменных сообщений; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги секретарские; услуги стенографистов»* представляют собой офисные услуги и относятся к единому родовому понятию *«офисная служба»*, указанному в перечне услуг 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617, при этом они имеют общее назначение (для организации работы офиса), общий круг потребителей (офисные служащие), относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; услуги консультационные по управлению бизнесом»* представляют собой консультационные услуги. Заявленная услуга 35 класса МКТУ *«посредничество коммерческое»* представляет собой посредническую услугу. Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях»* по своей сути представляют собой

информационные услуги в различных областях, в том числе в области бизнеса. Следовательно, перечисленные заявленные услуги 35 класса МКТУ являются сопутствующими по отношению к услугам 35 класса МКТУ *«реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба»* противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617 ввиду общего назначения, общего круга потребителей, взаимодополняемости, совместной встречаемости в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Изложенные обстоятельства обуславливают принципиальную возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности вышеуказанных сравниваемых услуг 35 класса МКТУ одному лицу.

Заявитель в возражении отдельно спорит в отношении однородности заявленных услуг 35 класса МКТУ *«продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»*. Доводы коллегии в отношении однородности заявленной услуги 35 класса МКТУ *«продвижение продаж для третьих лиц»* и противопоставленных услуг 35 класса МКТУ товарного знака по свидетельству № 586617 приведены выше.

Вместе с тем, заявленная услуга 35 класса МКТУ *«услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»* относится к услугам продажам, то есть является услугой, которая заключается в закупке и поставке товаров предпринимателям, что исключает услуги рекламы, которые указаны в перечне противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617, ввиду разного назначения.

Отсутствие однородности иной части услуг 35 класса МКТУ заявленного перечня *«услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»* свидетельствует об отсутствии оснований для вывода о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617.

Следовательно, в отношении заявленной услуги 35 класса МКТУ *«услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»* товарный знак по свидетельству № 586617 не может быть противопоставлен заявленному обозначению в рамках пункта 6 (2) статьи

1483 Кодекса. Вместе с тем, в отношении остальной части услуг 35 класса МКТУ заявленное обозначение и товарный знак по свидетельству № 586617 являются сходными до степени смешения в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, что правомерно указано в заключении по результатам экспертизы.

Доводы о ликвидации правообладателя противопоставленного товарного знака по свидетельству № 586617 не подтверждены фактическими документами и, согласно данным Государственного реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации, правовая охрана данного товарного знака является действующей.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 29.01.2024, изменить решение Роспатента от 19.10.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2022752410.**