

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 16.03.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №825188, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «КЛАССИКА», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Оспариваемый словесный товарный знак «**НОВАЯ КЛАССИКА**» по заявке №2020725339 с приоритетом от 20.05.2020 зарегистрирован 19.08.2021 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №825188 в отношении услуг 35 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) на имя Общества с ограниченной ответственностью «ВИНИКОМ», 119285, Москва, Воробьевское ш., 6, этаж 1, пом. 4 (далее – правообладатель), информация о чем была опубликована 19.08.2021 в официальном бюллетене «Товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров» №16 за 2021 год.

Согласно доводам возражения правовая охрана товарному знаку по свидетельству №825188 в отношении всех услуг 35 класса МКТУ предоставлена в нарушение требований пункта 8 статьи 1483 Кодекса, поскольку оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с фирменным наименованием лица, подавшего возражение, право на которое в отношении однородной деятельности,

связанной с продажей алкогольной продукции, возникло ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака, а именно 29.10.2015.

Как отмечается в возражении, ООО «ВИНИКОМ» направил ООО «КЛАССИКА» претензию о незаконном использовании обозначения «КЛАССИКА», а также обратился в Арбитражный суд города Москвы с ходатайством о принятии предварительных обеспечительных мер в отношении сайта <https://winesclassica.ru>, что свидетельствует о наличии заинтересованности при оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №825188.

Учитывая изложенные обстоятельства, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №825188 недействительным полностью.

В качестве иллюстрации доводов возражения лицом, его подавшем, представлены следующие документы (копии):

- (1) сведения об оспариваемом товарном знаке по свидетельству №825188;
- (2) претензионное письмо ООО «ВИНИКОМ»;
- (3) ходатайство и определение Арбитражного суда города Москвы.
- (4) выписка из Единого государственного реестра юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ);
- (5) словарно-справочный источник информации;
- (6) договоры поставки и товарно-сопроводительная документация;
- (7) сведения с сайта <https://winesclassica.ru>;
- (8) исковое заявление ООО «ВИНИКОМ» в Арбитражный суд города Москвы.

Правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188 был в установленном порядке извещен о поступившем возражении и представил свой отзыв по мотивам возражения на заседании коллегии, состоявшемся 11.05.2023, при этом основные аргументы в защиту правовой охраны товарного знака сводятся к отсутствию сходства сопоставляемых средств индивидуализации и однородности услуг, для индивидуализации которых они предназначены.

Так, правообладатель полагает, что обозначения «КЛАССИКА» и «НОВАЯ КЛАССИКА» отличаются фонетически, семантически и графически, а услуги 35

класса МКТУ товарного знака по свидетельству №825188, не имеющие конкретизации в части товарных позиций, не могут быть признаны однородными с торговлей алкогольными напитками, включая пиво и этиловый спирт, в отношении которой действует исключительное право на фирменное наименование.

В отзыве также отмечается, что при подаче возражения, были представлены сведения о том, что между ним и правообладателем оспариваемого товарного знака ведется судебный спор (дело №А40-42153/2023), касающийся использования обозначения «КЛАССИКА» в коммерческом обозначении, при этом возражение подано спустя длительное время после даты регистрации товарного знака и только после принятия определения Арбитражным судом города Москвы обеспечительных мер. Принятие каких-либо мер к урегулированию вопроса после получения претензии от ООО «ВИНИКОМ» лицо, подавшее возражение, не предприняло. Указанное позволяет усмотреть прямую заинтересованность ООО «КЛАССИКА» в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №825188 в отношении услуг 35 класса МКТУ, отсутствия данной заинтересованности ранее и подмены суда административным органом.

Изучив материалы дела и заслушав участвующих в деле представителей лица, подавшего возражение, и правообладателя, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (20.05.2020) оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188 правовая база для оценки его охраноспособности 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

Исходя из положений пункта 8 статьи 1483 Кодекса, не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в

Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 - 44 настоящих Правил.

Исходя из положений пункта 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; расположения 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 обозначение понятий, идей (в частности, совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В части доводов правообладателя о подмене административным органом суда при оспаривании предоставления правовой охраны товарного знака по свидетельству №825188 необходимо указать, что возможность оспаривания правомерности предоставления правовой охраны товарному знаку в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности напрямую следует из норм законодательства.

Так, согласно требованиям пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

Как следует из положений пункта 1 статьи 1513 Кодекса, предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено по основаниям и в сроки,

предусмотренные статьей 1512 настоящего Кодекса, путем подачи возражения против такого предоставления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

В соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Исходя из имеющихся в деле материалов, между ООО «КЛАССИКА» и ООО «ВИНИКОМ» имеется спор о праве на средства индивидуализации, включающие в свой состав словесный элемент «КЛАССИКА», при этом стороны фактически осуществляют деятельность в одном сегменте рынка – продажа алкогольных напитков. Данные обстоятельства обуславливают вывод о наличии заинтересованности ООО «КЛАССИКА» в подаче настоящего возражения, что подтверждается и доводами правообладателя, приведенными в его отзыве.

Вместе с тем по существу доводов возражения, касающихся несоответствия товарного знака по свидетельству №825188 необходимо указать следующее.

Оспариваемый товарный знак «**НОВАЯ КЛАССИКА**» по свидетельству №825188 с приоритетом от 20.05.2020 является словесным, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами кириллического алфавита.

Правовая охрана товарного знака оспаривается в отношении всех указанных в перечне свидетельства №825188 услуг 35 класса МКТУ *«услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба, в том числе агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; организация выставок в коммерческих и рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих и рекламных целях; оформление витрин; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи товаров, включая услуги Интернет-магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе услуги магазинов по продаже*

товаров; посредничество коммерческое [обслуживание]; реклама телевизионная; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]».

Применительно к фирменному наименованию в круг обстоятельств, подлежащих установлению при разрешении вопроса о соответствии или несоответствии товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, входят:

- соотношение даты возникновения исключительного права на фирменное наименование, охраняемое на территории Российской Федерации, и даты приоритета спорного товарного знака;

- наличие или отсутствие тождества либо сходства до степени смешения фирменного наименования (его отдельных элементов) и спорного товарного знака;

- однородность товаров и услуг, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, и видов деятельности юридического лица с противопоставленным фирменным наименованием (товаров и услуг, относящихся к сфере такой деятельности);

- использование фирменного наименования до даты приоритета спорного товарного знака.

На необходимость учета указанных обстоятельств при сопоставлении товарного знака и фирменного наименования указывает Суд по интеллектуальным правам в разделе 1 «Фирменное наименование», приведенном в «Обзоре практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам, связанным с применением пунктов 2, 4, 5, 8 и 9 статьи 1483 Кодекса», утвержденном постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 20.02.2020 №СП-21/4.

Анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188 показал, что он представляет собой словосочетание, состоящее из лексических единиц русского языка «НОВАЯ» и «КЛАССИКА».

Так, «новая» - это прилагательное со значением «1. первые созданный или сделанный, появившийся или возникший недавно, взамен прежнего, вновь открытый. *Новая техника. Новая книга. Новый жилец. Новая планета. Новый быт. Новые идеи. Новый смысл. Зерно нового урожая;* 2. относящийся к ближайшему

прошлому или к настоящему времени. *Новая история. Русский литературный язык нового времени*; 3. недостаточно знакомый, малоизвестный. *Он здесь новый человек. Посетить новые места.* (см. Толковый словарь Ожегова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/127982?ysclid=lia2a6ye54471228859>);

«классика» - существительное, означающее «образцовые, выдающиеся, общепризнанные произведения литературы и искусства, имеющие непреходящую ценность для национальной и мировой культуры» (см. Современная энциклопедия, 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/22774>).

Из приведенных словарно-справочных данных усматривается, что обозначение «НОВАЯ КЛАССИКА» вызывает представление о вновь созданных или возникших недавно произведениях, имеющим непреходящую ценность. При этом основное логическое ударение в словосочетании падает именно на существительное «КЛАССИКА», которое формирует общий смысл всего обозначения в целом.

В свою очередь согласно сведениям ЕГРЮЛ (4) право на фирменное наименование ООО «КЛАССИКА» (ОГРН 1157746993645) возникло у этого лица с 29.10.2015, т.е. за пять лет до даты приоритета (20.05.2020) оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188.

Отличительная часть фирменного наименования лица, подавшего возражение, представляет собой слово «КЛАССИКА», которое имеет вышеприведенное смысловое значение в русском языке.

Следует констатировать, что оспариваемый товарный знак «НОВАЯ КЛАССИКА» по свидетельству №825188 и фирменное наименование «КЛАССИКА» лица, подавшего возражение, характеризуются полным фонетическим вхождением одного средства индивидуализации в другое. При этом сопоставляемые обозначения вызывают одинаковые смысловые ассоциации, связанные с вечными ценностями в искусстве и литературе, поскольку наличие в оспариваемом товарном знаке слова «НОВАЯ» не придает ему качественно иного уровня восприятия, отличного от слова «КЛАССИКА». Кроме того, обозначения «НОВАЯ КЛАССИКА» и «КЛАССИКА» выполнены буквами кириллического алфавита, что сближает их визуально.

Сходство сопоставляемых средств индивидуализации по фонетическому, семантическому и графическому критериям сходства за счет тождества входящих в их состав словесных элементов «КЛАССИКА», акцентирующих на себе внимание потребителя, предопределяет вывод о высокой степени оспариваемого товарного знака и противопоставленного фирменного наименования.

При этом необходимо отметить, что для признания сходства сравниваемых обозначений достаточно уже самой опасности, а не их реального смешения в глазах потребителя, а добавление к товарному знаку, принадлежащему иному лицу, уточняющего или характеризующего его слова (в данном случае словесного элемента «НОВАЯ») не делает новое обозначение не сходным до степени смешения с данным товарным знаком. Указанный довод согласуется с позицией Суда по интеллектуальным правам по ряду дел (см. например, постановление от 22.12.2016 по делу №А32-33266/2014).

Кроме того, о сходстве сравниваемых обозначений «НОВАЯ КЛАССИКА» и «КЛАССИКА» свидетельствует и ранее сформулированная правообладателем правовая позиция, положенная в основу искового заявления в Арбитражный суд города Москвы по делу №А40-42153/2023 (8).

Обратное мнение правообладателя оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188, озвученное в отзыве по настоящему делу, свидетельствует о противоречивой правовой позиции ООО «ВИНИКОМ» в отношении одних и тех же обстоятельств.

С учетом изложенного можно говорить о том, что право на фирменное наименование у ООО «КЛАССИКА» возникло ранее, чем право ООО «ВИНИКОМ» на товарный знак, при этом сопоставляемые средства индивидуализации являются сходными.

Вместе с тем, на вероятность смешения обозначений в равной степени оказывает влияние как наличие между ними сходства, так и однородность товаров (услуг), для сопровождения которых в гражданском обороте предназначены сравниваемые средства индивидуализации.

Как следует из ЕГРЮЛ, к основному осуществляемому виду экономической деятельности ООО «КЛАССИКА» по ОКВЭД относится «торговля оптовая алкогольными напитками, включая пиво и пищевой этиловый спирт».

В материалах возражения содержатся договоры и товарно-сопроводительная документация за 2016 – 2022 годы на поставку третьим лицам различного ассортимента алкогольной продукции, продавцом которой выступает ООО «КЛАССИКА». При этом большая часть документов касается исследуемого периода времени, предшествующего дате приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188.

Об осуществлении лицом, подавшим возражение, указанного вида деятельности свидетельствует также представленный каталог продукции со ссылкой на соответствующий официальный сайт ООО «КЛАССИКА» - <https://winesclassica.ru>, а также данные о предлагаемой к продаже алкогольной продукции, ассортимент которой представлен на упомянутом сайте (7), а также претензия и исковое заявление правообладателя оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188 (2), (8), в которых ООО «ВИНИКОМ».

В свою очередь приведенные в перечне оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188 услуги 35 класса МКТУ включают различные позиции, связанные с торговлей, а именно *«услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; организация выставок в коммерческих и рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих и рекламных целях; оформление витрин; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи товаров, включая услуги Интернет-магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе услуги магазинов по продаже товаров; посредничество коммерческое [обслуживание]; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]».*

Услуги в области торговли, приведенные в перечне оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188, безотносительно указания сферы их применения, и услуги торговли конкретной продукцией, в отношении которой осуществляется деятельность лица, подавшего возражение, являются однородными, поскольку относятся к одной и той же родовой категории – торговля.

Торговля - отрасль хозяйства, экономики и вид экономической деятельности, объектом, полем действия которых является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и их доставки, хранение товаров и их подготовка к продаже (Финансовый словарь, https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/30513).

Все вышеизложенное обуславливает вывод об однородности деятельности ООО «КЛАССИКА» и вышеприведенных услуг 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188.

Между тем, оспариваемый товарный знак по свидетельству №825188 зарегистрирован также и в отношении услуг 35 класса МКТУ *«реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; реклама телевизионная»*.

Согласно словарно-справочным данным «реклама» - распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний (см. Финансовый словарь, https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/28509). Деятельность в области рекламы предполагает действия профессиональной организации, которая предоставляет своим клиентам полный или ограниченный объем услуг по планированию и организации рекламной кампании, по поручению и на средства рекламодателя.

Менеджмент - 1) совокупность принципов, форм, методов, приемов и средств управления производством и производственным персоналом с использованием достижений науки управления. Основная цель менеджмента - достижение высокой

эффективности производства, лучшего использования ресурсного потенциала предприятия, фирмы, компании; 2) руководство предприятия, фирмы, руководящий орган (см. Современный экономический словарь, 1999, https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/18470).

Административная деятельность – это организаторская деятельность (см. https://ideographic.academic.ru/4356/административная_деятельность?ysclid=lia7perpbr752829715), т.е. деятельность по управлению коллективом, направленная на решение внешних задач и создание в нем наилучших условий для этого. Управленческая деятельность требует осуществления (совершения, исполнения) руководителями множества разнообразных управленческих работ.

Офисная служба предполагает деятельность обособленной административной единицы в сфере управления организацией, предназначенная для размещения административно-управленческого персонала, а также выполняющая комплекс услуг информационного, консультационного, коммуникативного, рекламного характера при использовании труда квалифицированных специалистов. Современный офис – это сложная система, синтезирующая в себе несколько компонентов: рабочие помещения; оргтехнические средства; документационное и информационное обеспечение; кадры служащих. Главной задачей офиса является оптимальное использование и координация всех ресурсов организации (капитала, зданий, сооружений, оборудования, сырья, материалов, труда, информации) для достижения ее целей. На выполнение этой задачи направлена основная деятельность офиса: обеспечение работы руководителей и специалистов, управление документооборотом, обеспечение представительства (включая оформление внешнего вида и интерьера).

Таким образом, менеджмент в сфере бизнеса, административная деятельность в сфере бизнеса, офисная служба – это деятельность по организации и управлению коммерческого предприятия, а реклама – это деятельность, связанная с обеспечением информации потребителя о товарах и услугах третьих лиц.

Все вышеуказанные услуги отличаются по виду/роду, назначению, кругу потребителей от услуг в области торговли, т.е. деятельности по сбыту товаров от

одного лица другому за плату. В этой связи следует констатировать, что услуги 35 класса МКТУ «менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями» оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188 не однородны деятельности ООО «КЛАССИКА» в области торговли алкогольными напитками.

Таким образом, все обстоятельства дела в совокупности позволяют прийти к выводу об обоснованности доводов поступившего возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака по свидетельству №825188 требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса в отношении части услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых ему была предоставлена правовая охрана, а именно *«услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; организация выставок в коммерческих и рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих и рекламных целях; оформление витрин; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи товаров, включая услуги Интернет-магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе услуги магазинов по продаже товаров; посредничество коммерческое [обслуживание]; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»*. Следовательно, поступившее возражение подлежит удовлетворению в части.

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

удовлетворить возражение, поступившее 16.03.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №825188 недействительным частично в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; информация деловая; информация и советы

коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; организация выставок в коммерческих и рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих и рекламных целях; оформление витрин; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи товаров, включая услуги Интернет-магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе услуги магазинов по продаже товаров; посредничество коммерческое [обслуживание]; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]».