

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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454 (далее – Правила ППС)), рассмотрела поступившее 11.05.2023 возражение Общества с ограниченной ответственностью «Эйдж», Республика Татарстан, г. Казань (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 829965, при этом установила следующее.



Товарный знак «**BREW BARREL**» по свидетельству № 829965 (приоритет: 26.08.2020) зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 24.09.2021 на имя Горелова Андрея Викторовича, Республика Татарстан, г. Казань (далее – правообладатель), в отношении товаров и услуг 32, 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, с указанием слов «**BREW BARREL**» в качестве неохраняемого элемента товарного знака.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности поступило возражение против предоставления правовой охраны

товарному знаку по свидетельству № 829965, мотивированное несоответствием произведенной регистрации требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное несоответствие обосновано в возражении тем, что на имя лица,



подавшего возражение, зарегистрирован товарный знак «  » по свидетельству № 907043 с приоритетом от 01.04.2019, более ранним, чем дата подача заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака (26.08.2020). Правовая охрана товарного знака по свидетельству № 907043 действует в отношении товаров 32 и услуг 35 и 43 классов МКТУ с указанием слов «BREW BARREL» в качестве неохраняемого элемента товарного знака в отношении товаров 32 класса МКТУ.

Регистрация противопоставляемого товарного знака заняла значительное время, поскольку лицу, подавшему возражение, потребовалось обращение в Суд по интеллектуальным правам с заявлением об оспаривании решения Роспатента, которым было отказано в регистрации товарного знака.

Лицо, подавшее возражение, обращает внимание на то, что регистрация оспариваемого товарного знака произведена 24.09.2019, в период оспаривания лицом, подавшим возражение, решения Роспатента по заявке № 2019714545.

На основании изложенного в возражении выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 829965 недействительным.

Лицом, подавшим возражение, были представлены следующие материалы:

- (1) копия свидетельства № 907043;
- (2) распечатка сведений в отношении товарного знака по свидетельству № 829965.

Правообладатель в установленном порядке был ознакомлен с поступившим возражением, 07.08.2023 представил отзыв по его мотивам, в котором изложил хронологию обстоятельств по регистрации противопоставленного товарного знака, сведения о составе учредителей лица, подавшего возражение, а также сведения о

рассмотрении Судом по интеллектуальным правам дела № СИП-447/2021 об оспаривании лицом, подавшим возражение, решения Роспатента по заявке № 2019714545.

Правообладателем сообщается, что в его адрес лицом, подавшим возражение, была направлена претензия, а затем в суд направлено исковое заявление о взыскании компенсации за незаконное использование правообладателем товарного знака по свидетельству № 907043, о чем в настоящее время рассматривается дело № А65-6069/2023.

Правообладатель полагает, что регистрация противопоставляемого в возражении товарного знака является актом недобросовестной конкуренции и может быть квалифицирована как злоупотребление правом, что не допускается статьей 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности и статьей 10 Части первой Гражданского кодекса Российской Федерации.

В частности, в отзыве указано на то, что участники сторон спора вели совместную деятельность в рамках ООО «Баррель» при осуществлении указанным лицом деятельности по реализации алкогольной продукции и оказании услуг общественного питания по адресу г. Казань, ул. Островского, д. 12.

На основании изложенного правообладатель просил отказать в удовлетворении возражения, поступившего 11.05.2023.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 15.08.2023, лицо, подавшее возражение, поддержало доводы, изложенные в возражении, а также заявило ходатайство об отзыве своих дополнений, представленных в копии на электронную почту 14.08.2023, и о рассмотрении возражения без учета названного документа.

Правообладатель участия в рассмотрении возражения не принимал.

Согласно пункту 41 Правил ППС, неявка стороны спора, надлежащим образом уведомленной о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания.

Изучив материалы дела и заслушав представителя лица, подавшего возражение, коллегия сочла доводы возражения убедительными в части.

С учетом даты (26.08.2020) подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572 (далее – Правила).

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 пункту 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.

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

звук, 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).

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 829965 представляет собой



комбинированное обозначение «**BREW BARREL**», включающее стилизованные изображения слона и бокала, а также словесный элемент «**BREW BARREL**», выполненный отраженным по горизонтали и исполненный стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита в одну строку. Регистрация товарного знака произведена в отношении товаров 32 и услуг 35, 43 классов МКТУ с указанием слов «**BREW BARREL**» в качестве неохраняемых.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 829965 оспаривается лицом, подавшим возражение, по основаниям, предусмотренным пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Анализ заинтересованности лица, подавшего возражение, предусмотренной пунктом 2 статьи 1513 Кодекса, показал, что лицо, подавшее возражение, является



правообладателем товарного знака «**BREW BARREL**» по свидетельству № 907043 с приоритетом от 01.04.2019, зарегистрированного в отношении товаров и услуг 32, 35 и 43 классов МКТУ с указанием слов «**BREW BARREL**» в качестве неохраняемого элемента товарного знака в отношении товаров 32 класса МКТУ.

Поскольку правовая охрана товарного знака по свидетельству № 829965 оспаривается по основаниям, направленным на защиту прав правообладателей средств индивидуализации, то указанные выше обстоятельства позволяют сделать вывод о наличии у Общества с ограниченной ответственностью «Эйдж», Республика Татарстан, г. Казань, заинтересованности в подаче возражения.

Сравнение оспариваемого и противопоставленного товарных знаков свидетельствует о том, что они содержат тождественные изобразительные и

словесные элементы, отличаясь лишь в оформлении места расположения словесного элемента. Так, в оспариваемом товарном знаке слова «BREW BARREL» выполнены темными на общем светлом фоне обозначения, в то время как в противопоставленном товарном знаке слова «BREW BARREL» выполнены на фоне прямоугольной темной плашки светлыми буквами. Данное обстоятельство не приводит к качественно разному общему зрительному впечатлению от знаков, что свидетельствует об ассоциировании товарных знаков друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия.

Поскольку сравниваемые товарные знаки характеризуются тождеством изобразительных элементов слона и бокала, их взаимным расположением, а также тождеством слов «BREW BARREL», обуславливающих звуковое воспроизведение знаков, факт признания этих слов в качестве неохраняемых в отношении товаров 32 класса МКТУ в обоих знаках и для услуг 35 и 43 классов МКТУ в оспариваемом товарном знаке не оказывает влияния на вывод о сходстве обозначений в целом.

Относительно однородности товаров и услуг, представленных в перечнях оспариваемого и противопоставленных товарных знаков, установлено следующее.

Оспариваемые товары *«вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусли виноградно-неферментированное; сусли пивное; сусли солодовое; шенди; экстракты хмелевые для изготовления пива»* являются однородными товарам *«вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусли пивное; сусли солодовое; экстракты хмелевые для изготовления пива»*, поскольку совпадают по роду, виду, назначению, условиям реализации и кругу потребителей.

Оспариваемые услуги *«демонстрация товаров; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; помощь в управлении бизнесом; предоставление деловой информации; продвижение продаж для третьих лиц; службы консультативные по управлению бизнесом; управление бизнесом временное; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»* по всем признакам

однородности совпадают с услугами *«демонстрация товаров; информация деловая; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; помощь в управлении бизнесом; продвижение продаж для третьих лиц; службы консультативные по управлению бизнесом; управление бизнесом временное; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»*, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак.

Коллегия принимает во внимание, что противопоставленный товарный знак охраняется в отношении услуг *«демонстрация товаров; продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной, оптовой продажи товаров с использованием телемагазинов или интернет-сайтов»*, относящихся к продвижению товаров, то есть совокупности разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров (см. Информационное письмо Роспатента от 23 декабря 2011 г. № 2 «О формулировках терминов, идентифицирующих услуги, относящиеся к торговой деятельности, при включении их в перечень услуг 35 класса МКТУ»). Такие услуги включают деятельность по торговле (продажам), а также по проведению рекламных и маркетинговых мероприятий.

С учетом сказанного оспариваемые услуги *«агентства по импорту-экспорту; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих целях; организация торговых ярмарок; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа аукционная; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями»*, представляющие собой деятельность по реализации товаров (контента), однородны противопоставленным

услугам продаж (услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной, оптовой продажи товаров с использованием телемагазинов или интернет-сайтов), а также услугам по продвижению (демонстрация товаров; продвижение продаж для третьих лиц), поскольку относятся к одному роду услуг (продвижение товаров), имеют одинаковое назначение, условия оказания и/или обладают признаками взаимодополняемости и общего круга потребителей.

Услуги «агентства рекламные; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в рекламных целях; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; профилирование потребителей в маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в рекламных целях;

телемаркетинг; управление потребительской лояльностью¹; управление программами часто путешествующих²; услуги PPC³; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки⁴; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж⁵; услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"» относятся к услугам маркетинга и рекламы. Как следствие, данные услуги однородны противопоставленным услугам «демонстрация товаров; продвижение продаж для третьих лиц» по роду, назначению, условиям оказания, кругу потребителей, а также признакам взаимодополняемости и взаимозаменяемости.

Такие услуги, как «аренда площадей для размещения рекламы; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стенов; прокат торговых стоек», имеют своим назначением предоставление площадей или оборудования. Вместе с тем направленность данных услуг связана именно с продвижением и реализацией товаров третьих лиц, что обуславливает тесную связь этих услуг с услугами рекламы, маркетинга и продаж. Таким образом, коллегия усматривает однородность названных услуг услугам противопоставленной регистрации по причине их природы и назначения, в связи с которыми они могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (лицу, оказывающему услуги).

Услуга «управление процессами обработки заказов товаров», хотя и носит управленческий характер, однако направлена на организацию и / или оптимизацию реализации / сбыта товаров, что обуславливает ее тесную связь как с услугами продаж, так и с услугами продвижения товаров. Оптимизация процессов заказов осуществляется, в большинстве своем, путем внедрения информационных

¹ представляют собой совокупность мероприятий по целенаправленному воздействию на готовность покупателя неоднократно сотрудничать с компанией, относятся к маркетинговой деятельности.

² представляют собой совокупность мероприятий по воздействию на программы поощрения часто путешествующих пассажиров (программы лояльности).

³ Pay per click (PPC) — это модель оплаты Интернет-рекламы, когда рекламодатель платит только за клик по объявлению (см. <https://machineheads.ru/blog/ppc-prodvizhenie-cto-eto-takoe-i-gde-eto-ispolzovat/>).

⁴ являются частью исследования конъюнктуры рынка, как следствие, относятся к маркетинговой деятельности.

⁵ комплекс работ, направленных на повышение видимости ресурса и улучшение его позиций в поисковой выдаче, иными словами деятельность по продвижению сайтов.

технологий, направленных на обработку заказов. Такая деятельность является услугой, оказываемой предприятиям торговли с целью продвижения их товаров потребителям. По признакам родовой принадлежности, круга потребителей, условий оказания, взаимодополняемости и взаимозаменяемости эти услуги следует признать однородными противопоставленным услугам продвижения (в частности, *«продвижение продаж для третьих лиц»*) и услугам в области бизнеса (в частности, *«помощь в управлении бизнесом»*)

Перечень противопоставленной регистрации включает также услуги информационные и услуги в сфере бизнеса.

В частности, правовая охрана товарного знака по свидетельству № 907043 действует в отношении услуги *«информация деловая»*, которая представляет собой сведения о финансовой стороне деятельности предприятия, планы деятельности и развития предприятия, то есть широкий спектр информации, так или иначе связанной с ведением бизнеса, в частности, представляемой производителям товаров и услуг в целях эффективной организации их коммерческой деятельности, а также потребителям товаров и услуг, в целях оптимального выбора производителей товаров и услуг для вложения средств, а следовательно, продвижение товаров и создание их широкой известности являются назначением услуг, связанных с предоставлением деловой информации (см. Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 29.03.2018 по делу № СИП-469/2017, а также последующее решение Суда по интеллектуальным правам от 16.07.2018 по тому же делу).

С учетом названного содержания противопоставленной услуги, услуги оспариваемой регистрации *«агентства по коммерческой информации; ведение автоматизированных баз данных; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление отзывов пользователей в коммерческих целях; предоставление перечня веб-сайтов с*

коммерческой целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих целях; пресс-службы; профилирование потребителей в коммерческих целях; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; составление информационных индексов в коммерческих целях» относятся к информационным услугам, в связи с чем по роду, назначению, а также признакам взаимозаменяемости и взаимодополняемости однородны услугам «информация деловая» противопоставленной регистрации № 907043.

Оспариваемые услуги «бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; исследования в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» по роду, назначению, условиям оказания и кругу потребителей однородны противопоставленным услугам «консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; помощь в управлении бизнесом; службы консультативные по управлению бизнесом; управление бизнесом временное; консультации по организации и управлению ресторанным бизнесом».

Такие услуги оспариваемой регистрации, как «анализ себестоимости» (является обязательной частью всех методик оценки эффективности работы предприятия, см. <https://myfin.by/wiki/term/analiz-sebestoimosti-produkcii>), «аудит коммерческий» (независимая проверка финансовой и хозяйственно-экономической

деятельности организации, а также процессов, систем, продуктов, документации и прочее с целью анализа на предмет эффективности или соответствия законодательным актам, или достоверности представляемой информации и выражение по результатам такой проверки обоснованного аудиторского заключения, см. <http://праводействие.рф/гlossарий/что-такое-аудит>), *«аудит финансовый»* (независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности, <http://праводействие.рф/гlossарий/что-такое-аудит>), *«оценка коммерческой деятельности»* (исследование текущего и прогнозируемого уровня развития организации), *«экспертиза деловая»* (компетентное исследование точно сформулированного вопроса относительно деловых (бизнес) характеристик организации), представляют собой услуги организациям и предприятиям, которые оказываются с целью улучшения организационных, финансовых, экономических показателей деятельности таких организаций и предприятий. По своему роду данные услуги могут быть отнесены к услугам в сфере бизнеса, по назначению эти услуги могут рассматриваться как информационные, поскольку их результат представляется в виде заключений, отчетов, аналитических справок и т.п. По условиям оказания данные услуги относятся к услугам аутсорсинговых и консалтинговых компаний. Таким образом, по признакам рода, назначения, условий оказания и круга потребителей названные услуги следует признать однородными таким противопоставленным услугам, как *«информация деловая; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; помощь в управлении бизнесом; службы консультативные по управлению бизнесом; управление бизнесом временное; консультации по организации и управлению ресторанным бизнесом»*.

Услуги *«ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; подготовка платежных документов; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги по подаче налоговых деклараций»* направлены на решение вопросов в области бухгалтерии. Как правило, такие услуги оказываются единым «пакетом»

консалтинговыми и аутсорсинговыми компаниями, предназначены для организаций и предприятий, в связи с чем могут быть отнесены к услугам помощи в сфере бизнеса. Как следствие, коллегия усматривает общую родовую принадлежность, одинаковые условия оказания и круг потребителей данных услуг с услугами противопоставленной регистрации *«информация деловая; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; помощь в управлении бизнесом; службы консультативные по управлению бизнесом; управление бизнесом временное; консультации по организации и управлению ресторанным бизнесом»*.

Кроме того, услуги *«консультации по управлению персоналом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги административные по переезду предприятий»* также являются услугами в пользу организаций и предприятий, направленными на оказание помощи в решении бизнес-планирования, бизнес-администрирования. Эти услуги тесно связаны с услугами *«помощь в управлении бизнесом»*, могут быть соотнесены с ними как вид-род, что свидетельствует об их общем назначении, условиях оказания и круге потребителей. Как следствие, коллегия полагает обоснованным рассмотрение сравниваемых услуг в качестве однородных.

Оспариваемые услуги *«услуги по оптимизации трафика веб-сайта»* представляют собой целенаправленное воздействие на входящий и исходящий поток данных, отправляемый и получаемый пользователями сайта. Получателями таких услуг могут являться любые владельцы сайтов. Вместе с тем оптимизация трафика направлена на увеличение популярности сайта, то есть имеет цель его продвижение. В связи с указанным данная услуга однородна таким услугам противопоставленной регистрации, как *«помощь в управлении бизнесом; продвижение продаж для третьих лиц»* по роду, назначению, условиям оказания.

В свою очередь, услуги *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; организация подписки на газеты для третьих лиц; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций»* тесно связаны с услугами связи и услугами по предоставлению информации. Однако, по своему назначению эти услуги являются посреднической деятельностью между потребителями и операторами связи / информационными предприятиями. Данные услуги не имеют управленческого характера, не связаны с помощью в организации бизнес-процессов предприятий и организаций, а являются самостоятельными услугами, которые не сопутствуют бизнес-услугам. При этом *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; организация подписки на газеты для третьих лиц»* связано с реализацией услуг связи и газет, однако, условия оказания этих услуг отличаются от оптовой или розничной торговли, поскольку осуществляется путем предоставления права получения услуг связи и газет по абонементу (подписке). Таким образом, эти услуги не имеют значимых признаков однородности с услугами противопоставленной регистрации, поскольку оказываются в разных сферах.

Также услуги *«аренда офисного оборудования в коворкинге; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования»* являются услугами по предоставлению во временное пользование оборудования, то есть имеют иное назначение и условия оказания в сравнении с услугами противопоставленной регистрации, что позволяет признать их неоднородными.

Кадровые услуги *«бюро по найму; комплектование штата сотрудников; написание резюме для третьих лиц; тестирование психологическое при подборе персонала»* являются услугами рекрутинговых агентств. Данные услуги могут иметь общий с услугами противопоставленной регистрации круг потребителей, однако, они могут оказываться и в пользу физических лиц – соискателей. При этом назначение данных услуг (помощь в комплектовании штата, помощь в поиске работы) обуславливает их отнесение к иной сфере деятельности. Как следствие, данные услуги также могут быть признаны неоднородными услугам противопоставленной регистрации.

Такие услуги оспариваемой регистрации, как *«запись сообщений [канцелярия]; обработка текста; регистрация данных и письменных сообщений; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по составлению перечня подарков; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги фотокопирования»*, являются услугами офисных служб, в связи с чем относятся к иной сфере деятельности по сравнению с услугами противопоставленной регистрации. Сказанное обуславливает отсутствие однородности сравниваемых услуг по причине разного назначения, отсутствия признаков взаимозаменяемости и взаимодополняемости этих услуг с услугами консалтинговых компаний, несмотря на общий круг потребителей.

Оспариваемые услуги *«услуги в области общественных отношений»* включают различные услуги, оказываемые как физическим, так и юридическим лицам, предназначенные для урегулирования какой-либо сферы общественной жизни. По своему характеру данные услуги могут быть связаны с экономическими, политическими, трудовыми, рыночными и иными отношениями в жизни общества. Коллегия не усматривает однородности этих услуг с услугами противопоставленной регистрации.

Что касается услуг 43 класса МКТУ, то оспариваемые услуги *«закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов ваشوку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"»* относятся к услугам предприятий по организации питания и сопутствующих услуг. Данные услуги однородны противопоставленным услугам *«закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов ваشوку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"»*, поскольку

совпадают с ними и/или соотносятся как вид-род. Кроме того, сравниваемые услуги характеризуются общими назначением, условиями оказания и кругом потребителей.

Услуги *«прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды»* являются услугами предоставления во временное пользование оборудования и иных вещей и принадлежностей. При этом данные услуги предназначены для проведения мероприятий, связанных с предоставлением питания, что обуславливает взаимодополняемость названных услуг и услуг предприятий питания. Более того, зачастую сравниваемые услуги имеют один источник происхождения, как следствие, коллегия признает их однородными.

В свою очередь, оспариваемые услуги *«агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; мотели; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов»* предназначены для предоставления жилья, то есть имеют иное назначение и иные условия оказания в сравнении с услугами противопоставленной регистрации. Коллегия обращает внимание на то, что при сравнении услуг признак назначения услуг считается основным.

Высокая степень сходства сравниваемых обозначений, наряду с однородностью названных товаров и услуг, представленных в перечнях сопоставляемых свидетельств, свидетельствует о том, что товарный знак по свидетельству № 829965 является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 907043 в отношении всех товаров 32 класса МКТУ и части услуг 35 и 43 классов МКТУ, в связи с чем для таких товаров и услуг оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Что касается доводов о том, что стороны настоящего спора сотрудничали ранее, то учет таких обстоятельств не предусмотрен пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Довод правообладателя о том, что регистрация противопоставляемого в возражении товарного знака является актом недобросовестной конкуренции и может быть квалифицирована как злоупотребление правом, не может быть принят

во внимание, поскольку оценка таких обстоятельств не относится к компетенции Роспатента. При этом правообладателем не представлен акт уполномоченного органа, установившего такие обстоятельства.

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

удовлетворить возражение, поступившее 11.05.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 829965 недействительным в отношении всех товаров 32 класса МКТУ, услуг «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация

выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; 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; 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 места для онлайн-продаж покупателям и продавцам 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; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; производство программ телемагазинов; 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; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; 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; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая» 35 класса МКТУ, услуг «закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"» 43 класса МКТУ.