

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

### **по результатам рассмотрения возражения**

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, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее - Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, рассмотрела поступившее 30.10.2019 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражение, поданное ООО «САНХАУС», г. Мытищи (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 722125, при этом установлено следующее.

SANHOUSE

Оспариваемый словесный товарный знак по заявке № 2018751079 с приоритетом от 21.11.2018 зарегистрирован 06.08.2019 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 722125 на имя Общества с ограниченной ответственностью «Казанская Сантехническая Компания», 423820, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, ул. Магистральная, 53А, пом. 7 (далее – правообладатель) в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства. Срок действия регистрации – до 21.11.2028.

Согласно описанию, приведенному в материалах заявки, оспариваемый товарный знак является словесным, выполнен заглавными буквами латинского алфавита.

В поступившем 30.10.2019 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 722125 товарного знака произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 3 (1), 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, поступившего 30.10.2019, сводятся к следующему:

- лицу, подавшему возражение, принадлежит исключительное право на фирменное наименование, отличительная часть которого содержит словесный элемент «САНХАУС», право на которое возникло ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака. Оспариваемый товарный знак «SANHOUSE» является фонетически тождественным отличительной части фирменного наименования лица, подавшего возражение;
- лицо, подавшее возражение, осуществляет свою деятельность более 12 лет (в том числе, посредством шести филиалов в Москве и Ростове-на-Дону) в области продаж и продвижения товаров (инженерного оборудования для систем водоснабжения и отопления, сантехники) своих партнеров, дистрибьютором которых он является на рынке;
- лицо, подавшее возражение, регулярно принимает участие в выставках, в том числе международного характера;
- фактическая деятельность лица, подавшего возражение, подтверждается договорами, дистрибьюторскими соглашениями, товарными накладными, сведениями из бухгалтерского баланса, сертификатами и т.д.;
- лицо, подавшее возражение, ведет свою коммерческую деятельность на он-лайн-площадках, является владельцем доменного имени <http://www.san-house.ru/> с 2007 года;
- лицо, подавшее возражение, является импортером сантехнического оборудования из Италии, Испании, Китая, Турции;
- лицо, подавшее возражение, в своей деятельности использует коммерческое



обозначение с 2007 года, оно обладает широкой известностью и различительной способностью среди крупных строительных и торговых компаний, российских и зарубежных партнеров;

- коммерческое обозначение используется на фирменных бланках, в рекламных материалах и обладает всеми различительными признаками, присущими коммерческому обозначению;
- сфера применения коммерческого обозначения идентична сфере применения фирменного наименования лица, подавшего возражение;
- регистрация оспариваемого товарного знака способна привести к введению в заблуждение потребителей и контрагентов в отношении лица, оказывающего услуги;
- лицом, подавшим возражение, направлена соответствующая претензия в адрес правообладателя, а также обращение в заявку № 2018751079;
- возможность введения потребителей и контрагентов в заблуждение через ассоциацию с лицом, подавшим возражение, основывается на предшествующем опыте, что доказывается материалами возражения.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 722125 в отношении всех услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В подтверждение своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

- бухгалтерские балансы, финансовая документация – [1];
- сведения о численности работников – [2];
- сведения из веб-архива (<http://www.san-house.ru/> и т.д.), данные сервиса «Whois» – [3];
- выписки из ЕГРЮЛ (ООО «КАЗАНСКАЯ САНТЕХНИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ», ООО «САНХАУС») – [4];
- договоры аренды нежилого помещения – [5];
- сертификаты об участии в выставках, сведения и скриншоты из сети Интернет об участии в выставках и т.п. – [6];
- справка о расходах, приказ № 14/08 от 14.08.2017 г. и иные финансовые документы – [7];
- каталоги, выдержки из каталогов за 2009, 2013, 2014, 2016-2018 гг., фотографии машин – [8];

- сертификаты о дилерстве, официальном партнерстве, дистрибьюторстве и т.д. – [9];
- документы в отношении оформления выставочных стендов – [10];
- договоры аренды, субаренды, о предоставлении торгового места и т.п. – [11];
- дистрибьюторские договоры, договоры на поставку оборудования, сопроводительная документация к ним – [12];
- договор об оказании услуг в отношении регистрации, продления регистрации и т.п. доменного имени, сопроводительная документация к нему – [13];
- товарные накладные, счета-фактуры и т.п. – [14].

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим 30.10.2019 возражением, представил отзыв по мотивам возражения. Доводы отзыва сведены к следующему:

- коммерческое обозначение и фирменное наименование лица, подавшего возражение, не являются сходными до степени смешения с оспариваемым товарным знаком, выполненным заглавными буквами латинского алфавита, при этом, элементы «SAN», «HOUSE» выполнены слитно. В учредительных документах лица, подавшего возражение, не указано наименование «SAN HOUSE», и организация с таким наименованием не была зарегистрирована в налоговом органе;
- оспариваемый товарный знак в переводе с английского языка на русский язык означает «дом солнца» и не имеет семантического сходства с фирменным наименованием лица, подавшего возражение, поскольку слово «санхаус» отсутствует в русском языке;
- виды деятельности лица, подавшего возражение, «торговля оптовая непродовольственными потребительскими товарами; торговля оптовая прочими пищевыми продуктами; торговля розничная в неспециализированных магазинах» из ЕГРЮЛ не соотносятся с сантехнической продукцией правообладателя, в связи с чем, отсутствует введение потребителя в заблуждение;
- согласно сайту ФНС существует множество одноименных фирм, содержащих в составе фирменного наименования обозначение «САНХАУС»;
- лицо, подавшее возражение, использует инструменты недобросовестной конкуренции;
- правообладатель работает с 2014 года и ему принадлежит домен «Sanhourr.bk».

На основании изложенного правообладатель просит оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 722125.

В подтверждение своих доводов правообладателем представлено свидетельство о регистрации доменного имени «sanhouse.su» - [15].

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом.

Из материалов дела усматривается ведение деятельности лица, подавшего возражение, в области оказания услуг 35 класса МКТУ. Фирменное наименование лица, подавшего возражение, содержит обозначение «САНХАУС». На документации, представленной в материалах дела, присутствует как фирменное наименование лица, подавшего возражение, так и используемые им в гражданском обороте обозначения «SAN HOUSE», сходные с оспариваемым товарным знаком.

Таким образом, лицо, подавшее возражение, является заинтересованным в подаче настоящего возражения в отношении услуг 35 класса МКТУ. Заинтересованность лица, подавшего возражение, правообладателем не отрицается.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, поступившего 30.10.2019, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (21.11.2018) оспариваемого товарного знака по свидетельству № 722125, правовая база для оценки его охраноспособности включает 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 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с требованиями 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.

Согласно пункту 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Согласно пункту 2 статьи 1540 Кодекса исключительное право на коммерческое обозначение прекращается, если правообладатель не использует его непрерывно в течение года.

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.

В соответствии с пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам и определяется на основании признаков, перечисленных в подпунктах (1) – (3) настоящего пункта. Признаки, перечисленные в подпунктах (1) – (3) настоящего пункта, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.


В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены и т.д.

## SANHOUSE

Оспариваемый товарный знак является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Возражение сводится к тому, что лицо, его подавшее, задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака ведет деятельность под фирменным наименованием, часть которого содержит элемент «САНХАУС», а также в своей



деятельности использует коммерческое обозначение . Кроме того, регистрация оспариваемого товарного знака способна привести к введению в заблуждение потребителей и контрагентов в отношении лица, оказывающего услуги 35 класса МКТУ.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Несоответствие оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием старшего права на фирменное наименование у иного лица может быть установлено коллегией при наличии нижеперечисленных признаков:

- обозначение должно быть тождественно или сходно с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием (его части);
- право на фирменное наименование возникло ранее даты приоритета зарегистрированного товарного знака;
- фирменное наименование используется в отношении однородных товаров и услуг.

Анализ представленных материалов показал следующее.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ [4] право на фирменное наименование у лица, подавшего возражение, возникло – 27.06.2007, т.е. ранее даты приоритета (21.11.2018) оспариваемого товарного знака.

При этом наименование юридического лица - лица, подавшего возражение, содержит обозначение «САНХАУС», фонетически тождественное оспариваемому товарному знаку.

Довод правообладателя о том, что оспариваемый товарный знак имеет перевод с английского языка на русский язык «дом солнца» нельзя признать убедительным, поскольку оспариваемый товарный знак в том виде, как зарегистрирован, не имеет перевода на русский язык. Таким образом, семантический критерий не может быть положен в основу выводов о сходстве / несходстве сравниваемых средств индивидуализации.

В выписке из ЕГРЮЛ [4], бухгалтерских балансах [1] оговорены предметы деятельности общества: торговля, торговля непродовольственными потребительскими товарами, торговля розничная в неспециализированных магазинах и т.п. Согласно ретроспективным данным WEB-ARCHIVE (<http://www.san-house.ru/>) [3] с 2007 года основными направлениями работы являются: оптовая и мелкооптовая торговля сантехническим оборудованием.

Однако наличие более раннего права на фирменное наименование, часть которого фонетически тождественна оспариваемому товарному знаку, еще не позволяет прийти к выводу о неправомерности предоставления правовой охраны данному знаку. Для этого необходимо установить однородность сравниваемых



услуг, в отношении которых используется фирменное наименование и предоставлена правовая охрана оспариваемому товарному знаку.

Согласно договорам [5] лицу, подавшему возражение, предоставлены в аренду нежилые помещения для организации торговых точек, для хранения и складирования имущества, погрузочно-разгрузочные площадки.

В соответствии с договорами [12], товарными накладными [14] лицом, подавшим возражение, другим лицам (ООО «Аквахит», АО «Кировская керамика», ООО «Изомаркет» и др.) были оказаны услуги в области торговли и поставлены соответствующие товары, в том числе сантехнического назначения.

В материалы дела также представлены бухгалтерские балансы, финансовая документация [1] за период 2007-2017 гг. в отношении видов деятельности «торговля», «торговля оптовая непродовольственными потребительскими товарами»

Согласно сведениям [3], [13] лицо, подавшее возражение, является владельцем с 2007 года доменного имени <http://www.san-house.ru/> и осуществляет закупки и продажи различного оборудования, в том числе сантехнического назначения.

Согласно сертификатам об участии в выставках [6], [9] лицо, подавшее возражение, является официальным дистрибьютором разных производителей (например, «FAR Rubinetteria S.p.A.», Италия; «OFFICINE RIGAMONTI S.p.A.», Италия, «Alca plast, s.r.o.», ООО «Виссманн», ООО «Завод ССТ ТП» и т.п.). Также в материалы дела представлены каталоги, выдержки из них [8], согласно которым лицо, подавшее возражение, предлагает к продажам различное оборудование, в том числе сантехнического назначения, различных производителей. Согласно материалам [6], [10] лицо, подавшее возражение, участвовало в международных выставках «Aqua Therm Moscow 2017», «Aqua Therm St.Petersburg 2016».

По совокупности представленных доказательств у коллегии есть основания считать, что оказываемые на территории Российской Федерации под своим фирменным наименованием лицом, подавшим возражение, услуги в сфере продаж являются однородными следующим услугам 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака: «агентства по импорту-экспорту; организация торговых ярмарок в коммерческих целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью

розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; распространение образцов; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов». Сравнимые услуги 35 класса МКТУ имеют отношение к услугам торговли, реализации товаров, имеют общее назначение (с целью торговли), круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка продаж, для достижения одних и тех же целей, что свидетельствует об их однородности.

Вышеуказанные документы об участии в выставках свидетельствуют об оказании лицом, подавшим возражение, под своим фирменным наименованием услуг, которые являются однородными услуге 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака «демонстрация товаров».

Остальные услуги 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака относятся к рекламной деятельности, административной деятельности, офисной службе, управлению бизнесом, консультационным службам и не являются однородными услугам торговли, поскольку имеют иное назначение, круг потребителей. При этом, анализ представленных материалов показал, что лицо, подавшее возражение, не оказывает данные услуги под своим фирменным наименованием в интересах третьих лиц.

Из сведений [7] о вложениях в рекламу «San-housemarket.ru», сопроводительной документации к ней не представляется возможным прийти к выводу о том, что лицо, подавшее возражение, под своим фирменным

наименованием осуществляло фактическую деятельности в области предоставления услуг рекламы.

Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака нормам, установленным пунктом 8 статьи 1483 Кодекса, в связи с наличием «старшего» права у лица, подавшего возражение, на фирменное наименование, используемое в отношении части однородных услуг 35 класса МКТУ, является доказанным.

В части доводов лица, подавшего возражение, в отношении исключительных прав на используемое им в гражданском обороте коммерческого обозначения



, коллегия отмечает следующее.

Анализируемое обозначение включают в свой состав в качестве основного индивидуализирующего элемента словесный элемент «SANHOUSE». Оспариваемый товарный знак также содержит словесный элемент «SANHOUSE», фонетически тождественный со словесным элементом «SANHOUSE» используемого лицом, подавшим возражение, обозначения.

С учетом положений пункта 1 статьи 1539 Кодекса необходимо устанавливать, существует ли спорное обозначение, используется ли оно конкретным лицом для индивидуализации конкретного предприятия, с какого момента такое использование началось и продолжается ли его использование. Кроме того, следует устанавливать, обладает ли коммерческое обозначение достаточными различительными признаками и имеются ли соответствующие доказательства приобретения известности коммерческим обозначением на определенной территории. При этом, должна быть установлена вся совокупность условий, предусмотренных названной правовой нормой. В случае недоказанности наличия хотя бы одного из этих условий исключительное право на коммерческое обозначение не может считаться возникшим.

Действительно, в документах [3,6,8-10] присутствует как вышеуказанное



обозначение , так и словесные обозначения «САН ХАУС», «SAN

HOUSE», выполненные в разных цветовых сочетаниях, а также комбинированное



обозначение

Однако, само по себе использование обозначения не свидетельствует о наличии у него признаков, присущих коммерческому обозначению.

Согласно пункту 2 статьи 1538 Кодекса «коммерческое обозначение может использоваться правообладателем для индивидуализации одного или нескольких предприятий. Для индивидуализации одного предприятия не могут одновременно использоваться два и более коммерческих обозначения».

Как было указано выше, из материалов дела усматривается использование не одного, а многих обозначений, лицом, подавшим возражение, претендующих на статус коммерческого обозначения, что противоречит требованиям пункта 2 статьи 1538 Кодекса.

Кроме того, из материалов дела не следует, что лицо, подавшее возражение, представляет собой предприятие как имущественный комплекс, исходя из требований, предъявляемых пунктами 2 статьи 132 Кодекса («Предприятие») и статьями 1538 Кодекса («Коммерческое обозначение»), 1539 Кодекса («Исключительное право на коммерческое обозначение»). Так, из представленных материалов не усматривается непрерывность использования обозначения



, претендующего на статус коммерческого обозначения (каталоги представлены за 2009, 2013, 2014, 2016-2018 гг.), его известность потребителю. Каких-либо документов в отношении вывесок магазинов, торговых точек представлено не было. Документального подтверждения распространения рекламных каталогов [8] материалы возражения не содержат.

Следовательно, у коллегии нет оснований считать, что лицо, подавшее возражение, обладает «старшим» правом на коммерческое обозначение.

В качестве несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Представляется, что вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно производителя товара/услуги может быть сделан в том случае, если однородные товары/услуги иного лица, маркированные спорным обозначением, ранее присутствовали в гражданском обороте, и у потребителя сложилась устойчивая ассоциативная связь данных товаров/услуг, сопровождаемых оспариваемым товарным знаком, с этим лицом.

Сам по себе оспариваемый товарный знак ложной информации относительно услуг, либо лица, их оказывающего, не несёт.

Из имеющихся в деле материалов не представляется возможным прийти к выводу, что в результате деятельности лица, подавшего возражение, в области оказания услуг торговли, маркируемых анализируемым обозначением, у потребителя сложилась устойчивая ассоциативная связь этих услуг с лицом, подавшим возражение.

Мнения потребителей о восприятии оспариваемого товарного знака материалы возражения не содержат.

На основании вышеизложенных доводов, не представляется возможным прийти к выводу, что оспариваемый товарный знак вызывает в сознании потребителя неправильное представление о лице, предоставляющем услуги 35 класса МКТУ, не соответствующее действительности.

Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака нормам, установленным пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса, является недоказанным.

Доводы отзыва правообладателя сводятся к оценке имеющихся в материалах дела доказательств, отсутствию сходства сравниваемых средств индивидуализации, недобросовестности лица, подавшего возражение. В силу имеющегося сходства до степени смешения оспариваемого товарного знака и фирменного наименования, а также доказанного факта осуществления лицом, подавшим возражение, деятельности под своим фирменным наименованием, доводы отзыва не влияют на вышеизложенные выводы коллегии. В отношении довода правообладателя, что согласно сайту ФНС существует множество одноименных фирм, содержащих в составе фирменного наименования обозначение «САНХАУС», коллегия сообщает,

что в рамках пункта 8 статьи 1483 Кодекса рассматривается столкновение права на фирменное наименование конкретного юридического лица и права на товарный знак. Довод о том, что правообладатель осуществляет хозяйственную деятельность с 2014 года, не подтвержден документально. Сведения о регистрации доменного имени «sanhouse.su» [15] не приводят к иным выводам коллегии.

Оценка действий в части недобросовестной конкуренции не входит в компетенцию Федеральной службы по интеллектуальной собственности.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 30.10.2019, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 722125 недействительным частично, а именно, в отношении услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; организация торговых ярмарок в коммерческих целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; распространение образцов; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов».**