

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 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 27.04.2023 возражение, поданное ООО «Галс-Девелопмент», Москва (далее – заявитель), на решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021718125, при этом установила следующее.

THE MOST

Словесное обозначение «**THE MOST**» по заявке №2021718125 с датой поступления от 29.03.2021 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении услуг 35, 36, 37 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.


Роспатентом 22.01.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021718125 в отношении части услуг 37 класса МКТУ, при этом в отношении всех заявленных услуг 35, 36 классов МКТУ, а также в отношении иной части услуг 37 класса МКТУ, правовая охрана не была предоставлена. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому знак не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

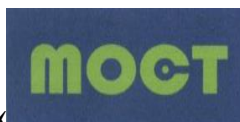
Указанное решение обосновано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее зарегистрированными на имя иных лиц товарными знаками:


- с товарным знаком «**MOST**» (по свидетельству №545293 с приоритетом от 31.01.2013) в отношении услуг 35, 36, 37 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 36, 37 классов МКТУ [1];

- с товарным знаком «**МОСТ**» (по свидетельству №545292 с приоритетом от 31.01.2013) в отношении услуг 35, 36, 37 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 36, 37 классов МКТУ [2];



- с товарным знаком «» (по свидетельству №545294 с приоритетом от 31.01.2013) в отношении услуг 35, 36, 37 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 36, 37 классов МКТУ [3];



- с товарным знаком «» (по свидетельству №630145 с приоритетом от 22.08.2016) в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ [4];

- со знаком «**MOST**» (по международной регистрации №1152191 с конвенционным приоритетом от 24.07.2012) в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ [5].

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 27.04.2023, заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель полагает, что заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-5], поскольку имеются фонетические, визуальные и семантические отличия;

- заявленное обозначение произносится как [ЗЕ МОСТ], в то время как противопоставленные товарные знаки [1-5] имеют следующее прочтение [МОСТ], то есть сравниваемые товарные знаки имеют разное количество слогов, слов, состав гласных и согласных в связи с наличием иных слов, что определяет их фонетическое различие;

- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1-5] различаются по визуальному признаку сходства, так как выполнены разными видами и размерами шрифтов;

- заявленное обозначение, в совокупности входящих в него словесных элементов, является устойчивой лексической единицей английского языка и означает превосходную степень: «самый; наибольший; наиболее; большинство» (https://translate.yandex.ru/dictionary/Английский-Русский/the_most), в то время как противопоставленные товарные знаки [1-5] в отсутствие каких-либо дополнительных пояснений воспринимаются либо как русское слово «МОСТ», либо как латинская транслитерация данного слова. Таким образом, сравниваемые обозначения не являются сходными и по семантическому критерию сходства.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 22.01.2023 и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35, 36, 37 классов МКТУ.

К возражению заявителем были приложены скриншоты из словарей в сети-Интернет, содержащие перевод английского слова «MOST» (приложение №1).

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

С учетом даты (29.03.2021) поступления заявки №2021718125 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом

Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно 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.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

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

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и

звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

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

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

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).

THE MOST


Заявленное обозначение «**THE MOST**» является словесным, выполненным стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении услуг 35, 36, 37 классов МКТУ.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35, 36 классов МКТУ, а также в отношении части услуг 37 класса МКТУ, основано на несоответствии заявленного обозначения нормам пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

MOST, МОСТ

Противопоставленные товарные знаки «**MOST**», «**МОСТ**» по свидетельствам №№545293 [1], 545292 [2] и знак «**MOST**» по международной регистрации №1152191 [5] представляют собой словесные обозначения, выполненные стандартными шрифтами заглавными буквами латинского и русского алфавитов соответственно. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35, 36, 37 классов МКТУ.




Противопоставленный товарный знак «» [3] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из геометрической фигуры в виде четырехугольника с чёрным фоном, из графических элементов, и из словесного элемента «**МОСТ**», выполненного оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35, 36, 37 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [3] включает в свой состав как изобразительный, так и словесные индивидуализирующие элементы, которые равным образом оказывают влияние на формирование образа знака, при этом воспринимаются по отдельности друг от друга.

Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством

звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. Таким словесным элементом противопоставленного товарного знака [3] является словесный элемент «МОСТ», который и несет основную индивидуализирующую функцию указанного противопоставления.



Противопоставленный товарный знак «» [4] является комбинированным, состоит из геометрической фигуры в виде четырехугольника с синим фоном, и из словесного элемента «МОСТ», выполненного оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Наиболее значимым элементом вышеуказанного противопоставленного товарного знака [4] является элемент «МОСТ», который выполнен крупным шрифтом в центре знака и акцентирует на себя внимание потребителя, в связи с чем именно по нему происходит запоминание знака в целом.

Анализ заявленного обозначения «**THE MOST**» на предмет соответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Так как элемент «THE» является артиклем английского языка (<https://www.multitran.com/m.exe?s=the&l1=1&l2=2>) и не несет в себе какого-либо семантического значения, наиболее значимым элементом заявленного обозначения является элемент «MOST», ведь именно по нему происходит запоминание обозначения в целом.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-5] показал, что единственные словесные элементы «MOST»/«МОСТ» противопоставленных товарных знаков [1-5] фонетически входят в состав заявленного обозначения, что приводит к ассоциированию сравниваемых обозначений друг с другом.

Заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак [1] выполнены буквами латинского алфавита, ввиду чего их следует признать сходными по визуальному критерию сходства.

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [2-5] выполнены шрифтами разных алфавитов, однако, данное обстоятельство не влияет на вывод о сходстве до степени смешения сравниваемых обозначений, поскольку, как уже было установлено выше, единственные словесные элементы «MOST»/«МОСТ» противопоставленных товарных знаков [1-5] фонетически входят в состав заявленного обозначения.

Что касается семантического критерия сходства, то коллегия отмечает, что словесный элемент «MOST» заявленного обозначения может восприниматься потребителями как латинская транслитерация русского слова «МОСТ», что сближает сравниваемые обозначения по данному критерию сходства.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Как было отмечено решением Суда по интеллектуальным правам от 09.11.2022 по делу №СИП-658/2021 «наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака. Аналогичный подход отражен в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2018 и от 03.12.2018 по делу №СИП-210/2017, от 31.05.2018 по делу №СИП-450/2017 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 13.09.2018 No 300-КГ18-13820 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда

Российской Федерации отказано), от 19.10.2018 по делу №СИП-137/2018 и многих других».

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал, что услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; класс 35; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; 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 подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; 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 медиа-средствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая и розничная товаров; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое

программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по оптовой и розничной торговле товарами; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая» заявленного обозначения являются однородными услугам 35 класса МКТУ «менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; advertising (реклама), arranging newspaper subscriptions (for others) (организация подписки на газеты для третьих лиц), presentation of goods on any communication media for retail purposes (презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи), employment agencies (бюро по найму), organization of exhibitions for commercial or advertising purposes (организация выставок в коммерческих или рекламных целях), on-line advertising on a computer network (реклама интерактивная в компьютерной

сети), publication of advertising texts (публикация рекламных текстов), rental of advertising space (аренда площадей для размещения рекламы), dissemination of advertisements (распространение рекламы), public relations (услуги в области общественных отношений)» противопоставленных товарных знаков [1-5], так как сравниваемые услуги относятся к услугам по продвижению товаров, к услугам в сфере бизнеса, к кадровым услугам, к услугам конторским и секретарским, а также к услугам посредническим, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ «аудит коммерческий; аудит финансовый; анализ себестоимости; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; обновление и поддержание информации в регистрах; обзоры печати; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; пресс-службы; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы по связям с прессой; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по оптимизации трафика веб-сайта» заявленного обозначения не являются однородными услугам 35 класса МКТУ «менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; advertising (реклама), arranging newspaper subscriptions (for others) (организация подписки на газеты для

третьих лиц), presentation of goods on any communication media for retail purposes (презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи), employment agencies (бюро по найму), organization of exhibitions for commercial or advertising purposes (организация выставок в коммерческих или рекламных целях), on-line advertising on a computer network (реклама интерактивная в компьютерной сети), publication of advertising texts (публикация рекламных текстов), rental of advertising space (аренда площадей для размещения рекламы), dissemination of advertisements (распространение рекламы), public relations (услуги в области общественных отношений)» противопоставленных товарных знаков [1-5], так как указанные услуги 35 класса МКТУ относятся к услугам информационно-справочным, а также к услугам в области бухгалтерского учёта, в то время как услуги 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-5] относятся к услугам по продвижению товаров, к услугам в сфере бизнеса, к кадровым услугам, к услугам конторским и секретарским, а также к услугам посредническим, то есть сравниваемые услуги имеют разное назначение, сферу применения и круг потребителей.

Услуги 36 класса МКТУ «агентства кредитные; агентства по взысканию долгов; анализ финансовый; аренда квартир; аренда коворкинг-офисов; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; аренда финансовая; банки сберегательные; бюро квартирные [недвижимость]; взыскание арендной платы; выпуск дорожных чеков; выпуск кредитных карточек; выпуск ценных бумаг; инвестирование; исследования финансовые; класс 36; клиринг; консультации по вопросам страхования; консультации по вопросам финансов; консультирование по вопросам задолженности; котировки биржевые; краудфандинг; кредитование под залог; ликвидация торгово-промышленной деятельности [финансовые услуги]; маклерство; менеджмент финансовый; обмен денег; обслуживание банковское дистанционное; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; операции по обмену виртуальных валют; операции с

недвижимым имуществом; операции факторные; организация денежных сборов; организация финансирования строительных проектов; оценка антиквариата; оценка драгоценностей; оценка леса на корню финансовая; оценка марок; оценка недвижимого имущества; оценка предметов нумизматики; оценка произведений искусства; оценка стоимости разработок в нефтяной, газовой и горнодобывающей промышленности; оценка финансовая активов интеллектуальной собственности; оценка шерсти финансовая; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; оценки финансовые по запросу при заключении договора о поставках; оценки финансовые стоимости ремонта; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; поручительство; посредничество биржевое; посредничество при операциях с недвижимостью; посредничество при реализации углеродных кредитов; посредничество при страховании; предоставление информации по вопросам страхования; предоставление скидок через клубные карты для третьих лиц; предоставление ссуд [финансирование]; предоставление ссуд под залог; предоставление финансовой информации; предоставление финансовой информации через веб-сайты; проверка подлинности чеков; размещение фондов; сбор благотворительных средств; сделки посреднические с акциями и облигациями; спонсорство финансовое; ссуды ипотечные; ссуды с погашением в рассрочку; страхование; страхование жизни; страхование от болезней; страхование от несчастных случаев; страхование от несчастных случаев на море; страхование от пожаров; управление жилым фондом; управление недвижимостью; управление финансовое выплатами возмещений для третьих лиц; услуги агентств недвижимости; услуги актуариев; услуги банковские; услуги брокерские; услуги платежные через электронный кошелек; услуги по выплате пенсий; услуги по поручительству за условно освобожденных; услуги по составлению смет для оценки затрат; услуги по электронному переводу виртуальных валют; услуги попечительские; услуги резервных фондов; услуги сберегательных фондов; услуги финансовые таможенных брокеров; учреждение взаимовыгодных фондов; финансирование; хранение в сейфах; хранение ценностей; экспертиза налоговая» заявленного обозначения являются однородными услугам

36 класса МКТУ «страхование; финансовая деятельность; кредитно-денежные операции; операции с недвижимостью» противопоставленных товарных знаков [1-3], поскольку сравниваемые услуги относятся к услугам по операциям с недвижимостью, к услугам по операциям финансовым, а также к услугам страхования, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Услуги 37 класса МКТУ «установка оборудования для защиты от наводнений; установка отопительного оборудования; установка охранной сигнализации; установка телефонов; установка устройств для кондиционирования воздуха; установка устройств пожарной сигнализации; установка холодильного оборудования; установка электроприборов; установка кухонного оборудования; установка компьютеров; установка машинного оборудования; установка офисной техники и оборудования» заявленного обозначения являются однородными услугами 37 класса МКТУ «установка оборудования» противопоставленных товарных знаков [1-3], в силу того что сравниваемые услуги относятся к услугам по установке оборудования, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Заявитель в возражении от 27.04.2023 не оспаривал однородность услуг 35, 36, 37 классов МКТУ.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-5] в отношении однородных услуг 35, 36, 37 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

В отношении довода заявителя о том, что заявленное обозначение, в совокупности входящих в него словесных элементов, является устойчивой лексической единицей английского языка и означает превосходную степень: «самый; наибольший; наиболее; большинство» (https://translate.yandex.ru/dictionary/Английский-Русский/the_most), коллегия отмечает, что в английском языке слово «most» является прилагательным и само по

себе употребляется без артикля «the» (<https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/англо-русский/most>). Вместе с тем, средний российский потребитель может не знать такие тонкости английского языка. Так, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) провёл опрос и выяснил, что английским языком свободно владеют только 5% населения Российской Федерации (<https://russiaedu.ru/news/kak-mnogo-rossiian-svobodno-vladeiut-angliiskim-iazykom>). Таким образом, данный довод не может быть принят коллегией во внимание.

Тем не менее, при анализе однородности услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения и услуг 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-5] коллегией были выявлены неоднородные услуги «аудит коммерческий; аудит финансовый; анализ себестоимости; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; обновление и поддержание информации в регистрах; обзоры печати; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; пресс-службы; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы по связям с прессой; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по оптимизации трафика веб-сайта», в отношении которых заявленное обозначение может быть зарегистрировано.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить возражение, поступившее 27.04.2023, изменить решение Роспатента от 22.01.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021718125.