

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, 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 рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 29.11.2021, поданное индивидуальным предпринимателем Журавлевым В.П., Россия (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2020745563, при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2020745563, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 24.08.2020, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 28 и 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 31.07.2021 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 28 и 35 классов МКТУ (далее – решение Роспатента). Указанное решение Роспатента было основано на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пунктов 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Так, согласно решению Роспатента включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «TOYS» (перевод с англ.яз. – игры, игрушки) в отношении части заявленных товаров 28 класса МКТУ («автоматы аркадные для видеоигр; автоматы для видеоигр; автоматы игровые для азартных игр; автоматы игровые с предварительной оплатой; автомобили [игрушки]; бумеранги; бутылочки с соской для кукол; велосипеды трехколесные для детей младшего возраста [игрушки]; волчки [игрушки]; гироскопы и стабилизаторы полета для воздушных моделей; головоломки из набора элементов для составления картины; джойстики для видеоигр; диски летающие [игрушки]; домики для кукол; домино; доски шахматные; доски шашечные; дроны [игрушки]; емкости для игровых костей; змеи бумажные; иглы для насосов для накачивания игровых мячей; игрушки; игрушки для домашних животных; игрушки мягкие; игрушки надувные для бассейнов; игрушки плюшевые; игрушки с подвижными частями; игрушки с сюрпризом для розыгрыша; игры; игры и игрушки портативные электронные с телекоммуникационными функциями; игры комнатные; игры настольные; игры с кольцами; игры-конструкторы; изделия игрушечные, имитирующие косметику; калейдоскопы; камеры для мячей для игр; карточки для игр; карты для бинго; карты игральные; качалки-лошади [игрушки]; качели; кегли [игра]; коврики развивающие детские; комнаты для кукол; контроллеры для игровых консолей; контроллеры для игрушек; кости игральные; кровати для кукол; кубики строительные [игрушки]; куклы; маджонг; макеты [игрушки]; марионетки; маски [игрушки]; мастика для лепки в качестве игрушки; матрешки; медведи плюшевые; мобайлы [игрушки]; модели [игрушки]; модели масштабные сборные [игрушки]; модели транспортных средств масштабные; мотовила для воздушных змеев; мячи для игры; нарды; насосы, специально приспособленные, для игровых мячей; одежда для кукол; пазлы; палатки игровые; палочки для мажореток; патинки; перчатки для игр; перчатки для подачи [принадлежности для игр]; пиньяты; пистолеты игрушечные; пистолеты игрушечные пневматические; пистоны [игрушки]; пистоны для игрушечных пистолетов [игрушки]; пластиковые массы для лепки в качестве игрушки; пленка защитная для экранов игровых консолей; погремушки [игрушки]; подковы для игр; портативные игры с жидкокристаллическими дисплеями; приспособления для намотки веревок для бумажных змеев; приспособления для пуска мыльных пузырей [игрушки]; приставки игровые; приставки игровые портативные; роботы игрушечные; салфетки-игрушки; самокаты [игрушки]; слот-машины [игровые

автоматы]; средства транспортные [игрушки]; средства транспортные игрушечные с дистанционным управлением; стаканы для игральные кости; триктрак; устройства для игр; фигурки [игрушки]; фишки [жетоны] для игр; фишки для азартных игр; шарики для игр; шары для игр; шары надувные для игр; шары снежные; шахматы; шашки [игра]»), части услуг 35 класса (все за исключением «маркетинг в части публикаций программного обеспечения; менеджмент спортивный; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов) не обладает различительной способностью, указывает на вид товаров, назначение товаров и услуг, в связи с чем является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении иных заявленных товаров и услуг 28 и 35 классов МКТУ обозначение со словесным элементом «TOYS» способно ввести потребителей в заблуждение относительно вида товаров, назначения товаров и услуг, и, следовательно, не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака/знака обслуживания на основании пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса.

Также в решении Роспатента указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с:

- товарным знаком «МАММИ» по свидетельству №468393 (1) с приоритетом от 10.11.2010. Товарный знак зарегистрирован на имя Олейник Д.Г., Россия, в отношении однородных товаров и услуг 28, 35 классов МКТУ;

- товарным знаком «МАММУ» по свидетельству №699327 (2) с приоритетом от 25.06.2018. Товарный знак зарегистрирован на ООО «ПРОДМИЛК КОМ», Россия, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы сводятся к следующему:

- заявитель согласен с выводами экспертизы о дискламации словесного элемента «TOYS», входящего в состав заявленного обозначения, в отношении части перечисленных товаров и услуг 28 и 35 классов МКТУ, а также с необходимостью частичного сокращения заявленного перечня товаров и услуг, не имеющих отношения к играм и игрушкам. В дополнение к перечисленным в решении Роспатента товарам 28 класса МКТУ, в отношении которых словесный элемент «TOYS» является неохраняемым, необходимо также добавить такие товары 28 класса МКТУ, как «карусели ярмарочные; тобогганы [игрушки]; устройства для демонстрации фокусов», в отношении которых регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака не будет вводить потребителя в заблуждение относительно вида и назначения товаров;

- противопоставленный товарный знак (1) не используется его правообладателем более трех лет, в связи с чем заявителем был подан иск о досрочном прекращении правовой охраны упомянутого знака;

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленным ему товарным знаком (2);

- в заявленном комбинированном обозначении словесные элементы «Ma» и «Mi» являются отдельными - они расположены на разных частях изобразительных элементов разного цвета, каждый словесный элемент начинается с заглавной буквы. Эти два отдельных элемента не воспринимаются как одно слово. Заявленное обозначение создаёт ассоциации с развивающими игрушками - пазлами, а также с игрушками для мальчиков и девочек (по аналогии с символом инь и ян);

- словесный элемент противопоставленного товарного знака (2) представлен одним единым неделимым словом «МАММУ»;

- заявленное комбинированное обозначение, представляющее собой визуально элементы пазла с небольшими изображениями на каждом в виде отдельных коротких слогов из двух букв и написанным по вертикали словом «Toys», не может ассоциироваться с одним словом из пяти букв, исполненным заглавными буквами в оригинальной отличительной манере, входящим в состав противопоставленного товарного знака (2);

- фонетически сравниваемые обозначения содержат разное количество слов и слогов. Первый слог заявленного обозначения имеет отличия в произношении от первого слога противопоставленного обозначения. Кроме того, заявленное обозначение заканчивается словом [тойс], которое, хотя и является неохраноспособным элементом, тем не менее, не

может не учитываться при общем фонетическом анализе заявленного обозначения. Произношение комбинированных обозначений должно рассматриваться в целом, с учётом наличия всех словесных элементов, в том числе и неохраняемых. Произношение двух слогов [мАм-ми] с ударением на первый слог не может быть спутано с произношением трёх отдельных ударных слогов [мА мИтОйс], где третий слог имеет совершенно иной состав согласных и гласных звуков;

- заявленное обозначение содержит два словесных элемента, которые могут принимать различное значение, среди которых значение «моя», нота «ми», а также заявленное обозначение включает указание на игры и игрушки;

- противопоставленный товарный знак «МАММУ» (2) означает уменьшительно-ласкательное слово «мамочка». Он не содержит никаких указаний на игры или игрушки, а также местоимения или ноты. Какое-либо сходство с заявленным обозначением по смыслу отсутствует;

- противопоставленный товарный знак (2) зарегистрирован в отношении неоднородных товаров 28 класса МКТУ. Размещение заявленного комбинированного обозначения, содержащего указание на вид товара, на определенной группе неоднородных товаров (игрушки, игры), а также при оказании сопутствующих им услуг 35 класса МКТУ, снижает вероятность его смешения с противопоставленным товарным знаком, не предназначенным для игр и игрушек.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 28 класса МКТУ «автоматы аркадные для видеоигр; автоматы для видеоигр; автоматы игровые для азартных игр; автоматы игровые с предварительной оплатой; автомобили [игрушки]; бумеранги; бутылочки с соской для кукол; велосипеды трехколесные для детей младшего возраста [игрушки]; волчки [игрушки]; гироскопы и стабилизаторы полета для воздушных моделей; головоломки из набора элементов для составления картины; джойстики для видеоигр; диски летающие [игрушки]; домики для кукол; домино; доски шахматные; доски шашечные; дроны [игрушки]; емкости для игральные костей; змеи бумажные; иглы для насосов для накачивания игровых мячей; игрушки; игрушки для домашних животных; игрушки мягкие; игрушки надувные для бассейнов; игрушки плюшевые; игрушки с подвижными частями; игрушки с сюрпризом для розыгрыша; игры; игры и игрушки портативные

электронные с телекоммуникационными функциями; игры комнатные; игры настольные; игры с кольцами; игры-конструкторы; изделия игрушечные, имитирующие косметику; калейдоскопы; камеры для мячей для игр; карточки для игр; карты для бинго; карты игральные; качалки-лошади [игрушки]; качели; кегли [игра]; коврики развивающие детские; комнаты для кукол; контроллеры для игровых консолей; контроллеры для игрушек; кости игральные; кровати для кукол; кубики строительные [игрушки]; куклы; маджонг; макеты [игрушки]; марионетки; маски [игрушки]; мастика для лепки в качестве игрушки; матрешки; медведи плюшевые; мобайлы [игрушки]; модели [игрушки]; модели масштабные сборные [игрушки]; модели транспортных средств масштабные; мотовила для воздушных змеев; мячи для игры; нарды; насосы, специально приспособленные, для игровых мячей; одежда для кукол; пазлы; палатки игровые; палочки для мажореток; патинко; перчатки для игр; перчатки для подачи [принадлежности для игр]; пиньяты; пистолеты игрушечные; пистолеты игрушечные пневматические; пистоны [игрушки]; пистоны для игрушечных пистолетов [игрушки]; пластические массы для лепки в качестве игрушки; пленка защитная для экранов игровых консолей; погремушки [игрушки]; подковы для игр; портативные игры с жидкокристаллическими дисплеями; приспособления для намотки веревок для бумажных змеев; приспособления для пуска мыльных пузырей [игрушки]; приставки игровые; приставки игровые портативные; роботы игрушечные; салфетки-игрушки; самокаты [игрушки]; слот-машины [игровые автоматы]; средства транспортные [игрушки]; средства транспортные игрушечные с дистанционным управлением; стаканы для игровых костей; тобогганы [игрушки]; триктрак; устройства для демонстрации фокусов; устройства для игр; фигурки [игрушки]; фишки [жетоны] для игр; фишки для азартных игр; шарики для игр; шары для игр; шары надувные для игр; шары снежные; шахматы; шашки [игра]», услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка;

информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; 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 через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; 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; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; 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; репродуцирование документов; 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; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление деятельностью внештатных сотрудников; 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 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; 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 оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги РРС; 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 фотокопирования; экспертиза деловая» с исключением словесного элемента «TOYS» из самостоятельной правовой охраны.

По результатам рассмотрения возражения Роспатентом было принято решение от 11.03.2022 «отказать в удовлетворении возражения, поступившего 29.11.2021, оставить в силе решение Роспатента от 31.07.2021».

Не согласившись с данным решением, заявитель обратился в Суд по интеллектуальным правам с заявлением о признании недействительным вышеуказанного решения Роспатента от 11.03.2022. Решением Суда по интеллектуальным правам от 29.09.2022 по делу № СИП–447/2022 (далее – решение Суда) требования заявителя были удовлетворены, решение Роспатента от 11.03.2022 признано недействительным полностью. При этом суд обязал Роспатент повторно рассмотреть возражение на решение Роспатента от 29.11.2021 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2020745563.

Как следует из текста упомянутого акта заявителем было представлено письменное согласие от правообладателя противопоставленной регистрации (1). Кроме того, согласно решению Суда в соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные в этой норме элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения. Вопрос о том, указаны ли отдельные элементы, входящие в заявленное на регистрацию обозначение, в качестве охраняемых, является определяющим для целей применения пункта 1 статьи 1483 Кодекса. В том случае, если отдельный элемент обозначения указан в заявке в качестве неохраняемого элемента, Роспатент проверяет только положение, которое он занимает в заявленном обозначении. В зависимости от того, доминирует или нет элемент в обозначении, Роспатент принимает решение о государственной регистрации обозначения в целом в качестве товарного знака (знака обслуживания) с исключением такого элемента из правовой охраны или об отказе в такой регистрации. При этом, помимо установления вышеуказанных обстоятельств, Роспатент не проверяет, обладает ли такой элемент различительной способностью, как он может быть воспринят потребителями по отношению к заявленным товарам и/или услугам. Аналогичная правовая позиция, изложена в постановлении президиума Суда по интеллектуальным правам от 19.01.2021 по делу № СИП-1063/2019. С учетом вышеизложенной позиции, вывод административного органа о способности словесного элемента «TOYS» спорного обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно назначения заявленного товара и о противоречии требованиям пункта 3 статьи 1483 ГК РФ признается судом преждевременным. Указанные обстоятельства являлись

основанием для отмены оспариваемого решения Роспатента от 11.03.2022 и обязанности Роспатента повторно рассмотреть возражение, послужившее основанием принятия этим органом оспоренного в суде решения.

Корреспонденцией от 28.11.2022 от заявителя поступил оригинал письма-согласия [1], представленный правообладателем знака (1).

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (24.08.2020) поступления заявки №2020745563 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохранные элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

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

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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 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 отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 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.

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

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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.

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.

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.

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).



Заявленное обозначение «» является комбинированным и состоит из графических элементов в виде квадратов розового и синего цветов, на которых помещены словесные элементы «Ma» и «Mi», выполненные стандартным шрифтом буквами латинского алфавита, начальные буквы «М» - заглавные. У розового квадрата одна сторона имеет выпуклую часть, у синего квадрата одна сторона имеет выемку. Справа от упомянутой композиции помещен словесный элемент «TOYS», выполненный по вертикали стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана

заявленному обозначению испрашивается в голубом, белом, темно-розовом цветовом сочетании в отношении товаров и услуг 28 и 35 классов МКТУ.

Согласно пояснениям представителя заявителя, отраженным в протоколе заседания коллегии от 09.11.2022, заявитель не оспаривает решение Роспатента от 11.03.2022 о несоответствии словесного элемента «TOYS» требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса, что исключает необходимость проведения анализа заявленного обозначения на соответствие приведенным нормам права.

Заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в отношении всех заявленных товаров и услуг 28 и 35 классов МКТУ ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего ему были противопоставлены знаки (1, 2), зарегистрированные на имя иных лиц.



Противопоставленный товарный знак «МАММИ» (1) является комбинированным и состоит из словесного элемента «МАММИ», выполненного оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, а также из помещенной в левой части знака изображений сердец. Анализ словарей основных европейских языков (см. www.slovari.yandex.ru) показал отсутствие лексических значений у словесного элемента «МАММИ». Правовая охрана знаку предоставлена в розовом и белом цветовом сочетании в отношении, в том числе, товаров и услуг 28 и 35 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак «МАММУ» (2) является комбинированным и состоит из словесного элемента «МАММУ», выполненного оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Над буквами «А» и «М» помещены стилизованные изображения глаз, под указанными буквами помещены стилизованные изображения языка и губ. Анализ словарей основных европейских языков (см. www.slovari.yandex.ru) показал, что словесный элемент «МАММУ» переводится с английского на русский язык как «мамочка». Правовая охрана знаку предоставлена в

голубом, красном, белом цветовом сочетании в отношении, в том числе, услуг 35 класса МКТУ.

Необходимо отметить, что при анализе материалов дела коллегией были выявлены обстоятельства, которые не могли быть учтены при подготовке заключения экспертизы.

К указанным обстоятельствам относится наличие письменного согласия [1] от правообладателя противопоставленного знака (1), в котором он выражает свое согласие относительно регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 28 класса МКТУ «автоматы аркадные для видеоигр; автоматы для видеоигр; автоматы игровые для азартных игр; автоматы игровые с предварительной оплатой; автомобили [игрушки]; бумеранги; бутылочки с соской для кукол; велосипеды трехколесные для детей младшего возраста [игрушки]; волчки [игрушки]; гироскопы и стабилизаторы полета для воздушных моделей; головоломки из набора элементов для составления картины; джойстики для видеоигр; диски летающие [игрушки]; домики для кукол; домино; доски шахматные; доски шашечные; дроны [игрушки]; емкости для игровых костей; змеи бумажные; иглы для насосов для накачивания игровых мячей; игрушки; игрушки для домашних животных; игрушки мягкие; игрушки надувные для бассейнов; игрушки плюшевые; игрушки с подвижными частями; игрушки с сюрпризом для розыгрыша; игры; игры и игрушки портативные электронные с телекоммуникационными функциями; игры комнатные; игры настольные; игры с кольцами; игры-конструкторы; изделия игрушечные, имитирующие косметику; калейдоскопы; камеры для мячей для игр; карточки для игр; карты для бинго; карты игральные; качалки-лошади [игрушки]; качели; кегли [игра]; коврики развивающие детские; комнаты для кукол; контроллеры для игровых консолей; контроллеры для игрушек; кости игральные; кровати для кукол; кубики строительные [игрушки]; куклы; маджонг; макеты [игрушки]; марионетки; маски [игрушки]; мастика для лепки в качестве игрушки; матрешки; медведи плюшевые; мобайлы [игрушки]; модели [игрушки]; модели масштабные сборные [игрушки]; модели транспортных средств масштабные; мотовила для воздушных змеев; мячи для игры; нарды; насосы, специально приспособленные, для игровых мячей; одежда для кукол; пазлы; палатки игровые; палочки для мажореток; патинко; перчатки для игр; перчатки для подачи [принадлежности для игр]; пиньяты; пистолеты игрушечные; пистолеты игрушечные пневматические; пистоны [игрушки]; пистоны для игрушечных пистолетов [игрушки]; пластические массы для лепки в качестве

игрушки; пленка защитная для экранов игровых консолей; погремушки [игрушки]; подковы для игр; портативные игры с жидкокристаллическими дисплеями; приспособления для намотки веревок для бумажных змеев; приспособления для пуска мыльных пузырей [игрушки]; приставки игровые; приставки игровые портативные; роботы игрушечные; салфетки-игрушки; самокаты [игрушки]; слот-машины [игровые автоматы]; средства транспортные [игрушки]; средства транспортные игрушечные с дистанционным управлением; стаканы для игральных костей; тобоганы [игрушки]; триктрак; устройства для демонстрации фокусов; устройства для игр; фигурки [игрушки]; фишки [жетоны] для игр; фишки для азартных игр; шарики для игр; шары для игр; шары надувные для игр; шары снежные; шахматы; шашки [игра]», услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в

коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; 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 через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; 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; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; 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; репродуцирование документов; 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; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление деятельностью внештатных сотрудников; 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 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; 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 оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги РРС; 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 фотокопирования; экспертиза деловая».

Исходя из приведенных в абзаце 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса положений, регистрация товарного знака, сходного до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, допускается при наличии согласия их правообладателя в том случае, если не способна ввести потребителя в заблуждение. В этой связи необходимо отметить следующее.

Согласно требованиям законодательства, при рассмотрении вопроса регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака с согласия правообладателя противопоставленного товарного знака следует учитывать, что вероятность возникновения смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака существенно возрастает, в частности, в случае, если:

1. заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак имеют степень сходства, приближенную к тождеству;
2. противопоставленный товарный знак широко известен среди потенциальных потребителей товара и ассоциируется с конкретным производителем;

3. противопоставленный товарный знак является коллективным или общеизвестным товарным знаком.



Так, заявленное обозначение «



» (1) не тождественны, при этом противопоставленный знак не является коллективным или общеизвестным знаком, а также отсутствуют сведения о его широкой известности российскому потребителю, в связи с чем введение потребителя в заблуждение является маловероятным.

Таким образом, наличие письма-согласия [1] от правообладателя противопоставленного знака (1), возможность предоставления которого предусмотрена положениями абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, при отсутствии введения потребителя в заблуждение, позволяет снять указанное противопоставление.

Что касается анализа заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в рамках его сходства до степени смешения со знаком (2), коллегией было установлено следующее.

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

Заявленное обозначение в первую очередь прочитывается и запоминается благодаря словесным элементам «Ма», «Ми», помещенным в центральной части знака и занимающим доминирующее положение в нем. 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. В связи с изложенным, изобразительные элементы в виде синего и розового квадратов с выемками

служат лишь фоном для словесных элементов и несут вторичную индивидуализирующую функцию.

Что касается словесного элемента «toys», включенного в состав заявленного обозначения, то он находится в периферийной части обозначения, выполнен по горизонтали меньшим шрифтом относительно элементов «Ma» и «Mi», в связи с чем его индивидуализирующая способность снижена.

Словесные элементы «Ma», «Mi» заявленного обозначения выполнены в единой стилистической манере – одинаковым шрифтом, помещены на одном уровне рядом друг с другом, в связи с чем прочитываются совместно – «МАМИ».

В противопоставленном знаке (2) основным индивидуализирующим элементом являются словесный элемент «MAMMY», прочитываемый как «мамми».

Словесные элементы заявленного обозначения и противопоставленного ему знака (2) обладают высокой степенью фонетического сходства. Различие состоит только лишь в удвоенной букве «М», помещенной в центральной части слова «MAMMY» (2), что делает произношение данного слова лишь незначительно более протяженным. Вместе с тем, иные гласные и согласные буквы тождественны.

В отношении семантического критерия сходства коллегией было установлено следующее. Согласно доводам возражения, словесный элемент заявленного обозначения «Ma» переводится с французского на русский язык как «моя», словесный элемент «Mi» переводится с албанского на русский язык как «мой», с венгерского и словесного языков на русский как «мы», с испанского на русский как «моя, мой», с польского на русский язык как «мой» и т.д. Кроме того, словесный элемент «Mi» может восприниматься как обозначение ноты «ми». Коллегия полагает, что среднему российскому потребителю не знакомы соответствующие переводы словесных элементов «Ma» и «Mi» с французского, венгерского, словенского, испанского, польского языков. Кроме того, заявителем не представлено материалов о соответствующем восприятии заявленного обозначения средним российским потребителем (в качестве местоимений «моя», «мой», «мы» либо ноты «ми»). Коллегия усматривает, что наиболее вероятно восприятие данных элементов в качестве фантазийных. В связи с изложенным, провести их сравнение по смысловому критерию сходства с противопоставленным знаком не представляется возможным.

Словесные элементы заявленного обозначения и противопоставленного знака (2) выполнены буквами латинского алфавита, что сближает их графически. Вместе с тем,

следует отметить и визуальные отличия сравниваемых обозначений, заключающиеся в наличии в их составе различных изобразительных элементов, их различном цветовом оформлении.

При сравнительном анализе заявленного обозначения и противопоставленного знака (2) коллегия исходила из того, что решающее значение при их восприятии имеет именно фонетический фактор, на основе которого и было установлено их сходство в целом за счет фонетического сходства соответствующих доминирующих слов. Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил). Изложенные выше обстоятельства позволяют сделать вывод, что заявленное обозначение и противопоставленный знак (2), несмотря на их отдельные отличия, ассоциируются друг с другом в целом и, следовательно, являются сходными.

Услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; 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; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях 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; обзоры печати; обновление и поддержание информации в

регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; 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 в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; 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 через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; 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; репродуцирование документов; 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; 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; 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 гостиничным бизнесом; 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 PPC; 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 оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); 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 фотокопирования; экспертиза деловая» заявленного обозначения и знака (2) идентичны.

Услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; демонстрация товаров; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядчика [управление коммерческое]; экспертиза деловая» знака (1) и заявленного обозначения также совпадают.

Услуги 35 класса МКТУ «торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями» знака (2) и услуги 35 класса МКТУ «продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических

препаратов и медицинских принадлежностей» заявленного обозначения являются однородными, поскольку имеют одно назначение – продажа фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей. Указанные виды услуг могут исходить из единого источника происхождения.

Услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; информация и советы коммерческие потребителям» знака (1), услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; информация деловая; обзоры печати; сведения о деловых операциях» знака (2) и услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; обзоры печати; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; пресс-службы; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; службы по связям с прессой; услуги по составлению перечня подарков» заявленного обозначения однородны, поскольку относятся к одному роду услуг – услуги информационно-справочные, предоставляемые коммерческим потребителям. Данные виды услуг могут быть оказаны одним лицом и предоставляться в отношении одинакового круга потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ «прокат офисного оборудования» знака (2) и услуги 35 класса МКТУ «аренда офисного оборудования в коворкинге» заявленного обозначения относятся к услугам по прокату офисного оборудования и могут быть осуществлены в отношении одного круга потребителей, заинтересованных в соответствующих видах услуг. Следовательно, вышеупомянутые услуги признаются однородными.

Услуги 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; продвижение товаров [для третьих лиц]; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами)» знака (1), услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; продажа аукционная; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров» знака (2) идентичны или однородны услугам 35 класса МКТУ «маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных,

гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения 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 телемагазинов или интернет-сайтов; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг». Однородность данных видов услуг обусловлено отнесением их к одной родовой группе - услуги по продвижению товаров и услуг. Указанные услуги имеют одно назначение, могут быть оказаны в отношении одного круга потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ «менеджмент в сфере бизнеса; консультации по вопросам организации и управления бизнесом, организация выставок в коммерческих целях, представление товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, управление коммерческие лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами), услуги субподрядчика [управление коммерческое]» знака (1), услуги 35 класса МКТУ «консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; услуги коммерческого лоббирования; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]», услуги 35 класса МКТУ «консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; помощь в управлении бизнесом; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент

спортивный; службы корпоративных коммуникаций; службы консультативные по управлению бизнесом; 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 программами часто путешествующих; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» идентичны или однородны в силу их отнесения к одной родовой группе - услуги менеджерские в сфере бизнеса. Указанные услуги могут исходить из единого источника происхождения, оказываться совместно.

Услуги 35 класса МКТУ «экспертиза деловая» знака (1) являются однородными услугам 35 класса МКТУ «изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; прогнозирование экономическое; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; услуги в области общественных отношений» заявленного обозначения. Отнесение сравниваемых видов услуг к одной родовой группе (услуги по исследованию рынка и общественного мнения) свидетельствует об их однородности.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленным знаком (2) в отношении однородных 35 классов МКТУ, и, следовательно, для упомянутых услуг не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 29.11.2021, отменить решение Роспатента от 31.07.2021, зарегистрировать товарный знак по заявке №2020745563.