

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 20.09.2021, поданное Румянцевым Дмитрием Владимировичем, Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020724326 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2020724326, поданной 29.04.2019, испрашивается на имя заявителя в отношении услуг 35, 38, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение  **ИВЕНТОЛОГИЯ** в цветовом сочетании: «черный, белый, оранжевый».

Роспатентом 21.05.2021 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020724326 в отношении части услуг 35, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что в отношении части услуг 35, 41, 45 классов МКТУ, заявленное обозначение [1] не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Заключение по результатам экспертизы мотивировано следующим:

- заявленное обозначение [1] сходно до степени смешения с товарным знаком



« [2] (свидетельство № 442164, приоритет от 22.12.2009, срок действия регистрации продлен до 22.12.2029), зарегистрированным на имя Хорычева Александра Алексеевича, 603043, г. Нижний Новгород, ул. Комсомольская, 3, кв. 12 в отношении услуг 35, 41, 45 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 41, 45 классов МКТУ;

- при установлении сходства сравниваемых обозначений [1] и [2] экспертиза руководствовалась фонетическим сходством, а именно наличием близких звуков и звукосочетаний. Сравниваемые словесные элементы обозначений имеют сходные звуки «ИВЕНТОЛОГИЯ» - «ИНВЕНТОЛОГИЯ INVENTOLOGY», созвучны в целом, а именно, по таким критериям, как: 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.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 20.09.2021 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 21.05.2021.

Доводы возражения, поступившего 20.09.2021, а также последующих дополнений к нему сводятся к следующему:

- в рамках судебного разбирательства о неиспользовании товарных знаков по свидетельствам №№ 428564, 442164 (дело № СИП – 920/2020 от 18.02.2020) судебная коллегия пришла к выводу о низкой степени сходства сравниваемых обозначений [1] и [2] и отсутствии вероятности смешения в гражданском обороте маркируемых данными обозначениями услуг;

- заявитель отмечает отдельные звуковые отличия словесных элементов «ИВЕНТОЛОГИЯ» - «ИНВЕНТОЛОГИЯ INVENTOLOGY», обусловленные количеством букв, ударением, цветом, значением (элемент «ИВЕНТОЛОГИЯ»

вызывает ассоциации со словом «Ивент» - событие, мероприятие; элемент «ИНВЕНТОЛОГИЯ» ассоциируется с изобретательством);

- заявленное обозначение [1] приобрело сильную различительную способность на рынке заявленных услуг. Заявитель является организатором и создателем канала на сайте Youtube с количеством подписчиков 1 миллион 87 тысяч человек, создателем сайта eventologia.ru, создателем и администратором группы в социальной сети Facebook с количеством более 7000 человек. Заявитель с 2015 года активно занимается профессиональной деятельностью в сфере обучения (создатель Digital университета Точка Доступа, образовательной платформы Высшая школа таргета), организации мероприятий конференций (Суровый Питерский SMM, Найди свой трафик, Hello Blogger и др.), издания книг. Информация о данной деятельности освещается на страницах в сети под заявленным обозначением [1];

- несмотря на однородность сравниваемых услуг заявленного обозначения [1] и противопоставленного товарного знака [2] у них разный потребитель;

- обучение маркетингу, таргетингу, порядку организации мероприятий и обучение принципам изобретательства, методам развития изобретательских способностей, формированию специфического профессионального мышления рассчитано на разные группы потребителей. Даже в случае, если один и тот же потребитель захочет воспользоваться услугами обучения под заявленным обозначением [1] и товарным знаком [2], сильная различительная способность обозначений не позволит перепутать их и допустить, что данные обозначения принадлежат одному и тому же предприятию;

- несмотря на то, что слово «инвентология» является фантазийным, придуманным и его нет в словарях, семантика слова прозрачна: образовано от английского слова «event» событие, «логос» - учение, таким образом, смысл очевиден: учение о том, как проводить мероприятия, события;

- семантика слова «инвентология» определяется от английского слова «invent» - изобретать, «логос» - учение. Таким образом, закономерно, что потребитель разумно ожидает получить услугу, связанную с областью изобретательства;

- заявителем приведена судебная практика (№№ СИП-163/2017, СИП-645/2019, СИП-506/2020 и т.п.), а также указано на принцип защиты законных ожиданий.

На основании изложенного в возражении, поступившем 20.09.2021, содержится просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения [1] в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг.

В подтверждение своих доводов заявителем к материалам дела были приобщены:

- выписка из ЕГРЮЛ - [3];
- заявка № 2020724326 - [4];
- решение Роспатента от 21.05.2021 о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020724326 - [5];
- решение Суда по интеллектуальным правам по делу № СИП-920/2020 - [6];
- скриншоты (товарный знак по свидетельству № 684991, сайт eventologia.ru) - [7];
- статистика ЯндексМетрики сайта eventologia.ru - [8];
- результаты поисковой выдачи по запросу «ивентология» в Google, Yandex - [9];
- сведения о выручке от продажи билетов, акты ООО «События» - [10];
- договор с издательством 2016 г., приложения к нему - [11];
- новостные анонсы в СМИ о заявителе - [12];
- скриншоты Интернет-страниц книжных магазинов - [13];
- сведения о научном направлении «Инвентология» - [14].

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 20.09.2021, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (29.04.2019) заявки № 2020724326 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения [1] включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в

Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно 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.

Согласно требованиям 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.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость 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 пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

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

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

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение  [1] является комбинированным, включает словесный элемент «ИВЕНТОЛОГИЯ», выполненный оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Регистрация заявленного обозначения [1] испрашивается в отношении услуг 35, 38, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне, в цветовом сочетании: «черный, белый, оранжевый».

В отношении несоответствия заявленного обозначения [1] требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В качестве противопоставления в заключении по результатам экспертизы



приведен товарный знак: « [2] (свидетельство № 442164, приоритет от 22.12.2009, срок действия регистрации продлен до 22.12.2029). Правообладатель: Хорычев Александр Алексеевич, г. Нижний Новгород. Правовая охрана товарного

знака [2] действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ.

В комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом является словесный элемент, так как он легче запоминается, чем изобразительный, и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения. Таким образом, наиболее значимыми элементами заявленного обозначения [1] и противопоставленного товарного знака [2] являются словесные элементы «ИВЕНТОЛОГИЯ» [1] и «ИНВЕНТОЛОГИЯ INVENTOLOGY» [2], поскольку именно они обуславливают индивидуализирующую способность обозначений в целом.

Сравниваемые словесные элементы «ИВЕНТОЛОГИЯ» [1] и «ИНВЕНТОЛОГИЯ INVENTOLOGY» [2] фонетически сходны, поскольку отличаются одним согласным звуком «Н», расположенным в первом слоге, при этом все остальные гласные и согласные звуки, расположенные в одинаковом порядке, тождественны. Написание элемента «INVENTOLOGY» в противопоставленном товарном знаке [2] буквами латинского алфавита не приводит к формированию качественно иного звукового ряда и транслитерирует в латинском написании слово «ИНВЕНТОЛОГИЯ».

Сопоставительный анализ по семантическому критерию сходства не представляется возможным в силу отсутствия смыслового значения у словесных элементов «ИВЕНТОЛОГИЯ» [1] и «ИНВЕНТОЛОГИЯ INVENTOLOGY» [2] сравниваемых обозначений как самостоятельных лексических единиц.

Визуальные отличия сравниваемых обозначений [1] и [2] обусловлены тем, что они включают в своем составе разные изобразительные элементы: стилизованное изображение глобуса, заключенное в две окружности, в противопоставленном товарном знаке - [2], и стилизованное изображение человечка на велосипеде – в заявленном обозначении [1].

Вместе с тем, указанные признаки, перечисленные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В судебном решении по делу № СИП-920/2020 [6] отражено, что сравниваемые обозначения [1] и [2] обладают высокой степенью фонетического сходства в силу

наличия совпадающих звуков и слогов, расположенных в одинаковой последовательности. При этом в судебном акте также отмечено отсутствие в словарях таких лексических единиц как «ИВЕНТОЛОГИЯ» [1] и «ИНВЕНТОЛОГИЯ INVENTOLOGY» [2].

Вместе с тем, довод заявителя (в том числе, со ссылкой на судебный акт по делу № СИП-920/2020 [6]) о разном смысловом значении элементов «ИВЕНТОЛОГИЯ» [1] (учение о том, как проводить мероприятия, события) и «ИНВЕНТОЛОГИЯ INVENTOLOGY» [2] (учение об изобретательстве) и отсутствии сходства сравниваемых обозначений признан неубедительным. Как было установлено выше фонетически сравниваемые обозначения имеют степень сходства, приближенную к тождеству. При этом в судебном акте делу № СИП-920/2020 [6] указано на низкую степень сходства обозначений, а не на отсутствие сходства в целом.

Таким образом, заявленное обозначение [1] и противопоставленный товарный знак [2] ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Анализ однородности сравниваемых услуг 35, 41, 45 классов МКТУ показал следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; предоставление перечня веб-сайтов с рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение*

рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; телемаркетинг; составление информационных индексов в рекламных целях; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги РРС» и услуги 35 класса МКТУ «макетирование рекламы, публикация и редактирование рекламных текстов» противопоставленного товарного знака [2] либо идентичны, либо относятся к продвижению и рекламе, имеют общее назначение (для сбыта, рекламы, реализации), круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; составление отчетов о счетах; услуги по сравнению цен» и услуги 35 класса МКТУ «услуги по сравнению цен» противопоставленного товарного знака [2] либо идентичны, либо имеют общее назначение (для бухгалтерского учета, финансового анализа рынка), круг потребителей (экономисты, бухгалтеры, финансисты), что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; 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; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; оценка коммерческой деятельности; 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 перечня веб-сайтов с коммерческой целью; прогнозирование экономическое; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях; 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 целях; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая» и услуги 35 класса МКТУ «изучение рынка, исследования в области бизнеса и маркетинга, консультации по вопросам организации и управления бизнесом, менеджмент в области творческого бизнеса, управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, услуги по сравнению цен» противопоставленного товарного знака [2] либо идентичны, либо относятся к родовому понятию «бизнес-услуги», имеют общее назначение (для организации бизнеса), круг потребителей (менеджеры, бизнесмены), что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «ведение автоматизированных баз данных; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных» и услуги 35 класса МКТУ «поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц], сбор и систематизация информации по компьютерным базам данных» противопоставленного товарного знака [2] либо идентичны, либо относятся к одному видовому понятию «услуги информационные на базе компьютерных

технологий», имеют общее назначение (для систематизации и работы с информацией посредством компьютерных технологий), круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«запись сообщений [канцелярия]; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обработка текста; регистрация данных и письменных сообщений; репродуцирование документов; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги фотокопирования»* и услуги 35 класса МКТУ *«обзоры печати, обработка текста, обслуживание секретарское»* противопоставленного товарного знака [2] либо идентичны, либо относятся к общему видовому понятию *«услуги кадровые»*, имеют общее назначение (обеспечение работы в офисе), круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 41 *«академии [обучение]; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; воспитание физическое; дрессировка животных; информация по вопросам воспитания и образования; образование религиозное; обучение айкидо; обучение гимнастике; обучение дзюдо; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; перевод с языка жестов; передача ноу-хау [обучение]; передвижные библиотеки; переподготовка профессиональная; проведение фитнес-классов; проведение экзаменов; садо [обучение японской чайной церемонии]; тьюторинг; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги клубов [просвещение]; услуги культурные, образовательные, предоставляемые художественными галереями;*

услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги проведения квалификационных экзаменов по пилотированию дронов; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги устных переводчиков; учреждения дошкольные [воспитание]; школы-интернаты; фотографирование; фоторепортажи» и услуги 41 класса МКТУ «академии [обучение]; обучение заочное; организация и проведение мастер-классов [обучение], коллоквиумов, семинаров, экзаменов, конференций, конгрессов, симпозиумов; передвижные библиотеки; услуги переводчиков; фотографирование; фоторепортажи» противопоставленного товарного знака [2] либо идентичны, либо относятся к одному родовому понятию «образовательная деятельность», имеют одинаковое назначение (для воспитания, образования), круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 41 класса МКТУ «дублирование; издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; видеосъемка; кинопрокат; киностудии; предоставление услуг кинозалов; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneтофонов; прокат видеофильмов; прокат звукозаписей; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат радио- и телевизионных приемников; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; редактирование текстов; услуги композиторов; создание фильмов, за исключением рекламных; сочинение музыки; субтитрование; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через

сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу» и услуги 41 класса МКТУ «издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; обеспечение интерактивными электронными публикациями [незагружаемыми]; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов [за исключением рекламных]; редактирование текстов, за исключением рекламных» либо идентичны, либо имеют общее назначение, связанное с издательской деятельностью, развлечением, имеют общий круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 45 класса МКТУ «агентства по усыновлению детей; арбитраж; исследования юридические; консультации по вопросам интеллектуальной собственности; консультации юридические по вопросам патентного картирования; консультации юридические по запросу при заключении договора о поставках; контроль в области интеллектуальной собственности для юридических лиц; лицензирование [услуги юридические] в части публикации программного обеспечения; лицензирование интеллектуальной собственности; лицензирование программного обеспечения [услуги юридические]; представление интересов в суде; регистрация доменных имен [услуги юридические]; управление делами по авторскому праву; управление юридическое лицензиями; услуги адвокатские; услуги по внесудебному разрешению споров; услуги по подготовке юридических документов; услуги по разрешению споров; услуги юридические, связанные с согласованием договоров для третьих лиц; услуги юридического наблюдения» и услуги 45 класса МКТУ «консультации по вопросам интеллектуальной собственности; услуги юридические» противопоставленного товарного знака [2] связаны с предоставлением юридической помощи, имеют одинаковое назначение (для обеспечения законных прав, интересов физических и юридических лиц), круг потребителей (клиенты юристов, адвокатов), что свидетельствует об их однородности.

Изложенное обуславливает принципиальную возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности сравниваемых услуг 35, 41, 45 классов МКТУ одному лицу.

Согласно пункту 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее - Постановление ВС РФ № 10) вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Анализ однородности показал, что сравниваемые услуги 35, 41, 45 классов МКТУ, указанные в перечнях заявленного обозначения [1] и противопоставленного товарного знака [2], обладают высокой степенью однородности, что увеличивает риск смешения сравниваемых обозначений. При этом необходимо отметить, что в делах о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака ни действующее законодательство, ни Постановление ВС РФ № 10 не предписывают определение степени однородности товаров/услуг. См. *Рекомендации Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам по спорным вопросам установления однородности товаров и услуг.*

На основании проведенного анализа коллегия пришла к заключению о том, что заявленное обозначение [1] и противопоставленный товарный знак [2] являются сходными до степени смешения в отношении однородных услуг 35, 41, 45 классов МКТУ. Следовательно, вывод, сделанный в заключении по результатам экспертизы, о несоответствии заявленного обозначения [1] в отношении услуг 35, 41, 45 классов МКТУ требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса является правомерным.

Доводы и документы [8-13] о деятельности заявителя в области образовательных услуг не опровергают наличие сходного товарного знака [2], правовая охрана которому предоставлена ранее на имя иного лица в отношении однородных услуг.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 20.09.2021, оставить в силе решение Роспатента от 21.05.2021.