

## **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 14.03.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "Юг-Бизнеспартнер", Краснодарский край, г. Краснодар, (далее – лицо, подавшее возражение, компания Фольксваген), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №813377, при этом установила следующее.

**MUNTEERRA**

Оспариваемый товарный знак «»  
по заявке №2020771587 с приоритетом от 14.12.2020 зарегистрирован 02.06.2021 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №813377 в отношении товаров и услуг 25, 32, 33, 34, 35, 38, 41, 43 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя Индивидуального предпринимателя Ефремяна Тиграна Кареновича (далее - правообладатель).

Согласно доводам возражения от 14.03.2023 и дополнениям к нему, поступившим в федеральный орган исполнительной власти по

интеллектуальной собственности 10.05.2023, правовая охрана товарному знаку по свидетельству №813377 в отношении всех товаров 32, 33 классов МКТУ, а также части услуг 35, 41 и 43 классов МКТУ, предоставлена в нарушение требования пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству № 813377 является сходным до степени смешения с товарным знаком лица, подавшего

VILLA DE MONTERO

возражение, « \_\_\_\_\_ » по свидетельству №539085 правовая охрана которому предоставлена на имя лица, подавшего возражение;

- сравниваемые обозначения имеют совпадающий словесный элемент [МАНТЭРА]. Следовательно, спорное обозначения, зарегистрированное в качестве товарного знака № 813377 фонетически полностью входит в товарный знак лица, подавшего возражение;

- данные товарные знаки производят сходное зрительное впечатление, поскольку цвет, алфавит, характер букв полностью совпадают, а наличие общего словесного элемента [МАНТЭРА], на которое падает логическое ударение, только усиливает сходство;

- словесный элемент [МАНТЭРА] может восприниматься российским потребителем как фантазийное слово, однако также данное слово может восприниматься российским потребителем как имя собственное: топоним, фамилия, название автомобиля;

- по информации из <https://ru.wikipedia.org> слово «Монтеро», которое в соответствии с правилами русского языка произносится как [МАНТЭРА] является достаточно распространенным и многозначным: Монтеро — город в Боливии; Монтеро — поселение в департаменте Луаре; Монтеро. Альваро (род 1995) — колумбийский футболист; Монтеро Амайя (род 1976) —

испанская певица; Монтеро. Джефферсон (род 1989) — эквадорский футболист и др.;

- в противопоставленном товарном знаке «VILLA DE MONTERO» на словесный элемент «MONTERO» очевидно падает смысловое ударение, поскольку оно с большей долей вероятности будет восприниматься потребителем как имя собственное. В то время как словесный элемент «DE» в испанском языке является артиклем и не несет смысловой нагрузки, а словесный элемент «VILLA», прочитываемый российскими потребителями как [ВИЛА], в соответствии со словарем иностранных слов русского языка воспринимается в значении «дом», «дача», «деревня»;

- словесный элемент «VILLA» не может значительно повлиять на восприятие обозначения субъектом, поскольку является более слабым элементом, различительная способность которого снижена. Следовательно, имеется совпадение сильного элемента сравниваемых обозначений, на которое падает логическое ударение, тождество идей и понятий, заложенных в данных обозначениях;

- в подтверждении вышеизложенных доводов, лицом, подавшим возражение, приведены примеры похожих, по его мнению подходов оценки Роспатента и Судов: решение об отказе в государственной регистрации товарного знака от 30.11.2022 по заявке № 2021706811, Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 13.03.2017 по делу №СИП-605/2016, Решение Суда по интеллектуальным правам от 21.09.2018 по делу СИП-445/2018 и др.;

- лицо, подавшее возражение, считает, что оспариваемые товары и услуги 32, 33, 33, 41 и 43 классов МКТУ являются однородными противопоставленным товарам и услуга 32, 33, 35 классов МКТУ;

- продукты питания (еда и напитки) однородны деятельности по организации общественного питания, поскольку деятельность кафе представляет собой обеспечение потребностей клиентов в указанных пищевых продуктах и напитках, у данной услуги и перечисленных товаров

имеется общее назначение (удовлетворение потребностей в пище), сходный круг потребителей. Данный вывод содержится, например, в Решении Суда по интеллектуальным правам от 26.08.2020 по делу №СИП-275/2020, которым признаны однородными услуги по организации деятельности кафе товарам 30 и 32 классов МКТУ;

- решением Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2019 по делу №СИП-344/2018 подтверждена позиция Роспатента, что услуги 35 класса МКТУ являются однородными услугам 43-го класса МКТУ, поскольку они относятся к услугам в области питания и имеют одно назначение (ресторанный бизнес), в связи с чем, может возникнуть представление о происхождении указанных услуг из одного коммерческого источника;

- в обоснование несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса лицо, подавшее возражение, указывает, что знак, российскими потребителя способен прочитываться как «МАНТЕРА», в связи с чем могут возникнуть ассоциации с итальянским городом Матёра (итал. Matera) — город в итальянском регионе Базиликата, административный центр провинции Матера;

- Матера — культурная столица Европы 2019 года (<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B>) «Здесь снимали многие фильмы на библейские сюжеты, такие как «Евангелие от Матфея» режиссера Пьера Паоло Пазолини (1964), или «Страсти Христовы» Мела Гибсона (2004). Сегодня Матера является процветающим городом со многими предприятиями, тавернами и гостиницами, а его красота буквально завораживает тысячи посетителей каждый год». Матера известен ресторанами, кафе, барами, клубами, что подтверждается рейтингами сервисов по поиску ресторанов, статистикой просмотров сервисов. В 2019 рестораны Матера вошли в гид Мишлен;

- при оказании услуг 41 и 43 класса МКТУ под обозначением «MUNTERRA» у потребителя может возникнуть представление о месте оказания данных услуг, об источнике их происхождения (Италия), которое не

соответствует действительности. Фактические обстоятельства свидетельствуют о возможности восприятия потребителями оспариваемого обозначения в качестве места оказания услуг, а также о правдоподобности такого восприятия, что является достаточным основанием для признания спорного обозначения неохраноспособным;

- вышеизложенные доводы лицо, подавшее возражение, подтверждает правоприменительной практикой, а именно ссылается на: решение Роспатента от 06.12.2019 по заявке №2018712996, решение Роспатента от 21.06.2018 по заявке №2016722089, решение Роспатента от 13.12.2019 по заявке №2018722435 и др.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №813377 недействительным в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ и части услуг 35, 41, 43 классов МКТУ, а именно:

*35 - реклама; менеджмент в сфере бизнеса; деятельность административная в сфере бизнеса; служба офисная; 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; 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; 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; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок 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; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы / службы по связям с прессой; 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; 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 письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; 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 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 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 оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC; 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; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов;

41 - развлечения; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; дискотеки; игры азартные; кинопрокат; киностудии; клубы- кафе ночные [развлечение]; организация балов; организация досуга; организация и проведение концертов; организация конкурсов [развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; парки аттракционов; передачи развлекательные телевизионные;

предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление полей для гольфа; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представление цирковых спектаклей; представления варьете / представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; производство фильмов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; сады зоологические; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; субтитрование; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги видеомонтажа мероприятия; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги звукорежиссеров для мероприятий; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги казино [игры]; услуги караоке; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги композиторов; услуги культурные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги оркестров; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по раскрашиванию лица; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги светотехников для мероприятий; услуги студий записи; фотографирование; фоторепортажи; шоу-программы;

43 - услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; обеспечение временного проживания; агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья;

*гостиницы; дома для престарелых; закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; мотели; пансионаты; пансионаты для животных; рестораны; рестораны самообслуживания; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; столовые на производстве и в учебных заведениях; украшение еды; украшение тортов; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги кальянных; услуги кемпингов; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашиоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба".*

К возражению приложены следующие материалы:

1. Общая информация из открытых источниках о городе Матера;
2. Информация из открытых источниках о ресторанах города Матера;
3. Статистика просмотров сайтов;
4. Информация из открытых источников о гиде Мишлен;
5. Информация из открытых источников об отелях города Матера.

Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с поступившим возражением, представил 05.05.2023 отзыв по его мотивам, а также дополнения к нему от 01.06.2023 и 07.06.2023, которые содержат следующие доводы:

- правообладатель не согласен с выводами о сходстве сравниваемых обозначений;
- при фонетическом анализе сравниваемых обозначений в возражении допущена фактическая ошибка - приведенная транскрипция товарного знака «MUNTERRA» - [МАНТЕРА], не подтверждена ни научным подходом, ни практикой, ни иными доказательствами;
- слово «MUNTERRA» не является лексической единицей какого-либо языка. Узнаваемым для среднего российского потребителя является только корень «TERRA» (с лат. - «земля, страна»);

- к словам, не относящимся к определенному языку, должны применяться при транскрипции правила транслитерации, оспариваемый товарный знак имеет произношение [МУНТЕРА];

- сравниваемые товарные знаки сильно отличаются друг от друга в силу наличия в составе противопоставленного товарного знака охраняемых словесных элементов «VILLA DE», которое существенным образом влияет на фонетическую длину противопоставленного товарного знака, и лишь частичного фонетического сходства «MUNTERRA» и «MONTERO».;

- оспариваемое обозначение выполнено авторским шрифтом, что отличает его от противопоставленного товарного знака;

- противопоставляемый товарный знак кроме словесного элемента «MONTERO» содержит в своем составе такие словесные элементы как «VILLA DE» (дом/ усадьба/дача/деревня). С учетом прямого перевода слова «MONTERO» с испанского, как егерь/охотник, перевод может быть воспринят потребителями, владеющими испанским языком как «охотничья усадьба»;

- правообладатель указывает, что фактическая деятельность лица, подавшего возражение, не соотносится с теми товарами и услугами 32, 33, 35 классов МКТУ, в отношении которых действует правовая охрана противопоставленного товарного знака, а также действия по оспариванию товарного знака по свидетельству №813377 могут быть расценены как недобросовестные;

- доводы возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса являются необоснованными;

- «MUNTERRA» - фантазийное слово, отсутствующее в словарях. Единственная точка на карте, с которым связано данное обозначение, является место нахождения ресторана MUNTERRA, принадлежащего правообладателю, по адресу Москва, Садовая-Черногрязская ул., 10/25;

- все последующие заключения лица, подавшего возражение, относительно связи товарного знака MUNTERRA и географического объекта в Италии MATERA являются ничем не подтвержденными умозаключениями;

- лицом, подавшим возражение, не представлено доказательств нарушения их прав и законных интересов при обращении с возражением по основаниям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

На основании изложенного правообладателем выражена просьба об отказе в удовлетворении возражения.

К позиции и дополнениям от правообладателя приложены следующие материалы:

6. Информация с-сайта Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка;
7. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «ЮГ-Бизнеспартнер»;
8. Решение по делу СИП-613/2016 от 25.01.2017 г., Постановление по делу СИП-1087/2021 от 11.07.2022 г.
9. Информация из открытых реестров товарных знаков и знаков обслуживания РФ по товарному знаку № 539398;
10. Распечатка с сайта [www.ef.com](http://www.ef.com) с информацией крупнейшего в мире рейтинга уровня владения английским языком;
11. Распечатка из онлайн энциклопедии - Википедии со значением слова «terra»;
12. Распечатка краткого русско-латинского словаря под ред. Т.Г. Мякин и Е.В. Афонасин Новосибирск 2006.

Лицом, подавшим возражение, 13.06.2023 представлены комментарии на отзыв и дополнения от правообладателя, которые сводятся к тому, что он выражает согласие с выводом правообладателя, что форманта «terra» переводится с итальянского языка как «земля». Таким образом, словесный элемент «MUNTERRA» вызывает у потребителей образы и ассоциации, связанные с Италией, что усиливает его восприятие как географического объекта «Matera».

Правообладателем не предоставлено доказательств, которые свидетельствовали бы о том, что он оказывает услуги 41 и 43 класса МКТУ на территории города Matera, следовательно, потребитель будет вводиться в заблуждение насчет места оказания услуг.

Также в своих дополнениях, лицо, подавшее возражение, указал на наличие фактического интереса в прекращении правовой охраны товарного знака, так Общество с ограниченной ответственностью «Юг-Бизнеспартнер» владеет 100 % долей в ООО "Мандроги" (данные из КОНТУР-ФОКУС). ООО «Мандроги» принадлежит одноименная туристическая деревня в Ленинградской области <https://mandrogi.ru/>.

К вышеуказанной позиции приложены:

13. Сведения из гугл-переводчика;

14. Сведения из контур-фокуса;

15. Снимок экрана сайта <https://mandroni.ru/>;

16. Снимок экрана сайта <https://www.vokrug.tv/artiCiWsiioj/v/16777723401/>.

Изучив материалы дела, и заслушав участников заседания от 21.07.2023, коллегия установила следующее.

С учетом даты (14.12.2020) приоритета товарного знака по свидетельству №813377 правовая база для оценки охраноспособности включает вышеуказанный 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 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

В соответствии с требованиями пункта 3 (1) 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.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с 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.

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.

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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем знака

VILLA DE MONTERO

« \_\_\_\_\_ » по свидетельству № 539085, которое, по его мнению, сходно с оспариваемым товарным знаком.

Изложенные обстоятельства позволяют установить заинтересованность Общества с ограниченной ответственностью "Юг-Бизнеспартнер" в подаче возражения, предусмотренную пунктом 2 статьи 1513 Кодекса.

Оспариваемый товарный знак « **MUNTEERRA** » представляет собой комбинированный товарный знак, состоит из словесного элемента «MUNTEERRA» выполненного оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров и услуг 25, 32, 33, 34, 35, 38, 41, 43 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Согласно доводам возражения и дополнений к нему, правовая охрана товарному знаку по свидетельству №813377 в отношении всех товаров 32, 33 классов МКТУ, а также части услуг 35, 41 и 43 классов МКТУ, предоставлена в нарушение требования пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

В качестве несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, лицом, подавшим возражение, указан

## VILLA DE MONTERO

товарный знак « » по свидетельству №539085 имеющий более ранний приоритет и зарегистрированный на его имя.

Противопоставленный в возражении знак по свидетельству № 539085

## VILLA DE MONTERO

представляет собой словесное обозначение « », выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана данного товарного знака действует с приоритетом от 15.07.2013 в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №813377 и противопоставленного знака по свидетельству №539085 показал следующее.

При анализе на тождество или сходство коллегия учитывала, что словесные элементы «VILLA DE» противопоставленного товарного знака являются слабыми с точки зрения индивидуализирующей функции в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ и связанными с ними услугами 35 класса МКТУ. Указанное, подтверждается большим количеством зарегистрированных товарных знаков, например: «VILLA MARIA» по

свидетельству №636653, «*Villa* FERELLI» по свидетельству №639749,

«*Villa Krim* MUSCAT MARBEL» по свидетельству №635464, «VILLA VICTORIA» по

свидетельству №633571, «ВИЛЛА АЛТЬЕРИ VILLA ALTIERI» по свидетельству №617521,

«Villa d'Italia» по свидетельству №615189, « VILLA ARCADIA» по

свидетельству №604251, «VILLA ALBIONI» по свидетельству

№395492. Таким образом, основным индивидуализирующим элементом следует признать элемент «MONTERO» [МОНТЕРО / МАНТЕРА].

Оспариваемый товарный знак выполнен буквами латинского алфавита и может иметь произношение [МУНТЕРА].

Фонетическое сходство оспариваемого и основного индивидуализирующего элемента противопоставленного товарных знаков обусловлено такими признаками звукового сходства как наличие совпадающих звуков [М, Н, Т, Е, Р, А] в сравниваемых обозначениях, так большинство звуков (7 из 8), расположенных в одинаковой последовательности имеют тождественное звучание. Отличие в звуках [У / А] не приводит к значительным фонетическим отличиям.

С точки зрения смыслового признака сходства следует констатировать невозможность его установления ввиду отсутствия семантического значения оспариваемого товарного знака.

Исполнение оспариваемого товарного знака оригинальным шрифтом не влияет на вывод о сходстве сравниваемых товарных знаков, так как графическое исполнение не приводит к утрате основной индивидуализирующей функции, которую выполняют фонетически сходные словесные элементы сравниваемых знаков [МУНТЕРА]/ [МОНТЕРО / МАНТЕРА]. При этом, следует отметить, что использование букв одного и того же алфавита (латинского) сближает сравниваемые обозначения графически.

Вышеизложенный анализ показал, что сравниваемые знаки имеют фонетическое и графическое сходство, данный вывод не позволяет признать степень сходства сравниваемых обозначений как низкую.

В своем возражении лицо, его подавшее, указывает на однородность товаров 32, 33 классов МКТУ и части услуг 35, 41 и 43 классов МКТУ противопоставленным товарам и услугам 32, 33 и 35 классов МКТУ.

Анализ оспариваемых товаров и услуг показал следующее.

Оспариваемые и противопоставленные товары 32 и 33 классов МКТУ полностью совпадают или соотносятся между собой как род-вид товаров (пиво; безалкогольные напитки; воды минеральные и газированные; сиропы и прочие составы для изготовления безалкогольных напитков; алкогольные напитки (за исключением пива); продукты алкогольные для приготовления напитков). Данные товары являются пищевыми продуктами, имеют одно и то же назначения условия реализации и круг потребителей, являются однородными.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ *«реклама; менеджмент в сфере бизнеса; деятельность административная в сфере бизнеса; служба офисная; 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; 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; 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; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок 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; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы / службы по связям с прессой; 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; 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 письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; 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 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 административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищников 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 подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC; 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; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов» и противопоставленные услуги 35 класса МКТУ либо полностью совпадают, либо соотносятся как род-вид услуг (реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; услуги посреднические в сфере бизнеса; реализация товаров; ведение бухгалтерских документов; услуги по найму; исследования общественного мнения, рынка и бизнеса; предоставление/систематизация информации). Сравнимые перечни услуг 35 класса МКТУ признаны однородными, имеют одно и то же назначение, условия оказания, маркированные сходными обозначениями могут быть отнесены к одному коммерческому источнику.

Также коллегия отмечает, что часть оспариваемых услуг 41 класса МКТУ «клубы- кафе ночные [развлечение]», часть оспариваемых услуг 43 класса МКТУ «услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; закусовые; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание

кулинарных скульптур; столовые на производстве и в учебных заведениях; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашиоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"» относятся к услугам по обеспечению пищевыми продуктами, и часть услуг 43 класса МКТУ «обеспечение временного проживания; агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; мотели; пансионаты; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов», которые могут сопровождаться обеспечением пищевыми продуктами. Указанные услуги являются однородными противопоставленным товарам 32 и 33 классов МКТУ, а также противопоставленным услугам 35 класса МКТУ, связанным с продвижением и реализацией пищевых продуктов, такими как «реклама; агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров, в том числе товаров 32, 33 классов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях, в том числе товаров 32, 33 классов; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, в том числе товаров 32, 33 классов; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, в том числе товаров 32, 33 классов; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе товаров 32, 33 классов; реклама, в том числе товаров 32, 33 классов; услуги по розничной, оптовой продаже товаров, в том числе товаров 32, 33 классов; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, в том числе товаров 32, 33 классов; услуги по розничной, оптовой продаже товаров, в том числе товаров 32, 33 классов с использованием интернет-сайтов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], в том числе товаров 32, 33 классов». Сравнимые услуги оказываются в отношении одних и тех же товаров,

являются сопутствующими друг другу, имеют одно и тоже назначение (доведение продукции до конечного потребителя), маркируемые сходными обозначения могут быть смешаны в гражданском обороте.

Вместе с тем, следует отметить, что остальные оспариваемые услуги 41 класса МКТУ «развлечения; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; дискотеки; игры азартные; кинопрокат; киностудии; организация балов; организация досуга; организация и проведение концертов; организация конкурсов [развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; парки аттракционов; передачи развлекательные телевизионные; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление полей для гольфа; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представление цирковых спектаклей; представления варьете / представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; производство фильмов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; сады зоологические; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; субтитрование; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги звукорежиссеров для мероприятий; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги казино [игры]; услуги караоке; услуги клубов [развлечение или

*просвещение]; услуги композиторов; услуги культурные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги оркестров; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по раскрашиванию лица; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги светотехников для мероприятий; услуги студий записи; фотографирование; фоторепортажи; шоу-программы», относятся к услугам развлечений, услуги 43 класса МКТУ «дома для престарелых; пансионаты для животных» относятся к услугам по предоставлению временного жилья, имеют иное назначение, круг потребителей и условия оказания, не являются однородными противопоставленным товарам 32, 33 классов МКТУ и услугам 35 класса МКТУ не сопровождаются услугами по продвижению пищевых продуктов и не будут смешаны в гражданском обороте.*

Вероятность смешения оспариваемого и противопоставленного товарного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства сравниваемых знаков и однородность товаров 32, 33 классов МКТУ, части услуг 35, 41, 43 классов МКТУ, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений, несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В отношении довода лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса установлено следующее.

В подтверждение вышеуказанного довода, лицом подавшим возражение указано, что оспариваемый товарный знак « **MUNTEERRA** » российскими

потребителя способен прочитываться как «МАНТЕРА», в связи с чем могут возникнуть ассоциации с итальянским городом Матёра (итал. Matera) — город в итальянском регионе Базиликата, административный центр провинции Матера. При оказании услуг 41 и 43 класса МКТУ под обозначением «MUNTERRA» у потребителя может возникнуть представление о месте оказания данных услуг, об источнике их происхождения (Италия), которое не соответствует действительности. Фактические обстоятельства свидетельствуют о возможности восприятия потребителями оспариваемого обозначения в качестве места оказания услуг, а также о правдоподобности такого восприятия, что является достаточным основанием для признания спорного обозначения неохраноспособным.

Довод об описательности оспариваемого товарного знака не содержит формального указания на несоответствие оспариваемого товарного знака требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, коллегия проанализировала указанный довод, и установила, что словесный элемент «MUNTERRA» отсутствует в словарно-справочных источниках (см. Интернет-словарь: <https://academic.ru/>, <https://translate.google.com/> ), таким образом является фантазийным, что опровергает довод лица, подавшего возражение, об его описательности и восприятии в качестве конкретного географического объекта.

Созвучность реальному географическому объекту - итальянскому городу Матёра не приводит к фактическому восприятию данного элемента среднестатистическим потребителем в качестве географического наименования. В материалах дела отсутствуют материалы, свидетельствующие о том, что данное обозначение воспринимается потребителями как город в Италии. Представленные материалы [1-5] носят информативный характер и не содержат фактических сведений на основании которых коллегия может прийти к выводу об известности данного города российскому потребителю.

Следовательно в сознании потребителя не могут возникнуть ассоциации с указанным городом и довод лица, подавшего возражение, о способности оспариваемого обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно места оказания оспариваемых услуг 41 и 43 класса МКТУ следует признать недоказанным.

С учетом сказанного, коллегия не располагает доказательствами несоответствия оспариваемой регистрации положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Вышеизложенный анализ, показал, что оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 14.03.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №813377 недействительным частично, а именно в отношении всех товаров 32 и 33 классов МКТУ, части услуг 35 класса МКТУ, а именно: «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; деятельность административная в сфере бизнеса; служба офисная; 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; 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; 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; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок 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; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы / службы по связям с прессой; 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; 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 письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; 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 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 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 оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC; 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; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов», части услуг 41 класса МКТУ, а именно «клубы- кафе ночные [развлечение]», части услуг 43 класса МКТУ «услуги по обеспечению

пищевыми продуктами и напитками; закусовые; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; столовые на производстве и в учебных заведениях; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; обеспечение временного проживания; агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; мотели; пансионаты; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов».