

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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 14.07.2023, поданное Индивидуальным предпринимателем Медведевым Д.А., Республика Башкортостан, г. Уфа (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022703043, при этом установила следующее.

Обозначение « » по заявке №2022703043 с приоритетом от 21.01.2022 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 19, 20, 25, 35, 38, 41 классов МКТУ.

Роспатентом 14.03.2023 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022703043 в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что поскольку входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «ИДИ В БАНЮ» относится к бранной общеупотребительной лексике (Иди в баню – иди отсюда, отстань. См. Интернет http://gramota.ru/slovari/argo/53_4924), то заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса, так как его использование в качестве средства индивидуализации для любых товаров и услуг противоречит общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В возражении заявителем было указано следующее:

- словник оскорбительных слов, составленный с целью оказания помощи судебным приставам по ОУПДС при выявлении и документировании преступлений, не содержит выражения «иди в баню»;

- словосочетание «Иди в баню» не является непристойным, не относится к ненормативной лексике, не является «скандальным»;

- на сайте <https://academic.ru/> данное выражение толкуется, в частности, в следующем значении «Давний традиционный дружеский доброжелательный ответ на несерьезное либо не устраивающее предложение. Некогда баня была сродни клубу. Отправить человека в баню означало пожелать ему приятного времяпрепровождения. Одесские бани издавна славились в Европе»;

- согласно проведенному лингвистическому исследованию было установлено, что выражение «Иди в баню» используется в прямом и переносном значении; воспринимается в качестве наименования компании, занимающейся продажей товаров для банной процедуры; выражает идею отстать от повседневных дел и пойти в баню, снять усталость и раздражение; имеет шуточный характер; не противоречит общественным нормам, принципам гуманности и морали; по содержанию не обозначает социально осуждаемого явления или действия, по стилистике не относится к обценной лексике, не может считаться «скандальным», не относится к непристойному, оскорбительному, ругательному обозначению;

- при переходе по приведенной экспертизой ссылке и вводе слов «Иди в баню» в результатах поиска отображается лишь информация о том, что искомое слово не найдено;

- выражение «Иди в баню» означает «Иди отсюда», «отстань», однако данный смысл не несет в себе ничего банного, оскорбительного, противоречащего морали, нравственности, общественным интересам;

- таким образом, довод экспертизы, положенный в основу решения об отказе в государственной регистрации товарного знака, ничем не обоснован, является исключительной субъективной оценкой эксперта;

- заявитель указывает, что ранее были зарегистрированы товарные знаки «Идём в баню», «Пора в баню», которые не были признаны оскорбительными и бранными, хотя имеют общее смысловое значение с заявленным обозначением «Иди в баню»;

- словесный элемент товарного знака №627954 семантически отличается от заявленного обозначения лишь различным склонением глагола «иди» - «идём», однако отличие лишь в склонении не может изменить смысл выражения и перевести его из категории «бранного, оскорбительного» в категорию «обычного»;

- товарный знак по свидетельству №627954 и заявленное обозначение по заявке №2022703043 не противоречит общественным интересам, принципам гуманности, морали, нравственности.



На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг.

К возражению приложены следующие материалы:

- скриншот из справочно-информационного портала «ГРАМОТА.РУ» (1);



На заседании коллегии, состоявшемся 14.08.2023, коллегией были выдвинуты новые основания, отсутствующие в решении Роспатента от 14.03.2023. К данным обстоятельствам относится тот факт, что заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку оно сходно до степени



смешения с товарными знаками «  », «  » по свидетельствам №№627954, 665841, ранее зарегистрированными на имя иных лиц в отношении однородных товаров и услуг.

В связи с вновь выявленными обстоятельствами заседание коллегии было перенесено, и заявителем были представлены дополнительные пояснения по мотивам поступившего возражения, в которых указывалось следующее:

- заявителем был проведен социологический Интернет опрос через сервис «Яндекс Взгляд» (ООО Яндекс), результаты которого показали, что 90 % опрошенных рядовых потребителей не воспринимают обозначение «Иди в баню» как оскорбительное или противоречащее морали;

- сравнительный анализ сходства заявленного обозначения и  и противопоставленного товарного знака «  » по свидетельству №665841 показывает, что они являются визуально абсолютно не сходными;

- заявитель отказывается от регистрации заявленного обозначения в отношении товаров 19 класса МКТУ;

- между правообладателем противопоставленного товарного знака по свидетельству №627954 и заявителем по заявке №2022703043 ведутся переговоры относительно представления письма-согласия.

В соответствии с изложенным заявитель просит зарегистрировать товарный знак по заявке №2022703043 в отношении всех заявленных товаров и услуг, кроме товаров 19 класса МКТУ.

Заявителем представлены следующие материалы:

- скриншот анкеты соцопроса (2);
- скриншоты из системы проверки контрагентов «Лик Эксперт» в отношении ООО ТД «Приус» (3);
- скриншоты с сайта Группы компаний «НЭП» (в которую входит ООО ТД «Приус») (4);

- скриншоты переписки с генеральным директором ООО ТД «Приус» (5);
- проект письма-согласия (6).

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия пришла к следующим выводам.

С учетом даты (21.01.2022) поступления заявки №2022703043 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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 июля 2015 г. № 482 (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 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.

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

В соответствии с требованиями пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, в частности, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о противоречии заявленного обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги,

эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии.

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение

The image shows a stylized, handwritten logo in black ink. The text consists of two lines: the top line reads 'Иди' and the bottom line reads 'Баню'. The letters are thick and have a slightly irregular, hand-drawn appearance.

«Иди в баню», содержащее словесные элементы «Иди в баню», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита в две строки. Следует указать, что, несмотря на выполнение словесных элементов в стилизованном исполнении, они хорошо прочитываются и понятны среднему российскому потребителю.

Анализ заявленного словесного обозначения показал следующее.

Словесный элемент «Иди в баню» является устойчивым сочетанием (фразеологизмом), используемым в качестве глагольной группы. Согласно общедоступному словарно-справочному источнику информации (<https://ru.wiktionary.org/>) словосочетание «Иди в баню» является разговорным эвфемизмом, которое имеет несколько значений: требование удалиться, выражает желание отделаться, избавиться от кого-либо, выражает раздражение, недовольствие чьими-либо словами, действиями, поведением и т.д.

При этом, следует учесть, что эвфемизм - нейтральное по смыслу и эмоциональной «нагрузке» слово или описательное выражение, обычно используемое в текстах и публичных высказываниях для замены других, считающихся неприличными или неуместными, слов и выражений.

Приведенная экспертизой ссылка на сайт в сети Интернет (http://gramota.ru/slovari/argo/53_4924) показывает, что обозначение «Иди в баню» означает «иди отсюда, отстань».

Учитывая сказанное, можно сделать вывод о том, что фразеологизм «Иди в баню» в разговорной речи применяется в качестве негативного высказывания по отношению к действиям или поведению другого человека.

Таким образом, заявленное обозначение «Иди в баню» относится к бранной лексике, выражающей крайне негативное отношение к человеку, притом в форме, резко противоречащей принятым в обществе нормам общения. В этой связи обозначение «Иди в баню» по форме и содержанию воспринимается как оскорбление конкретного человека, следовательно, является неприличным, обценным выражением.

Что касается имеющегося в деле заключения специалиста по итогам лингвистического исследования от 26.12.2022, то оно является мнением частного лица и не может повлиять на указанные выше выводы коллегии. Вместе с тем, наряду с мнением эксперта лингвиста о том, что обозначение «Иди в баню» может рассматриваться как шутливо-эротичное, нельзя исключать и приведенную в нем ссылку на Словарь современной лексики, жаргона и сленга. 2014. <https://argo.academic.ru>, где обозначение «Иди в баню» означает «предложение уйти, в грубой форме. Иди в баню! Достал уже!» и воспринимается как выражение пожелания избавиться, отделаться от кого-либо.

Относительно проведенного социологического Интернет опроса через Яндекс сервис «Яндекс Взгляд» (2) коллегия указывает следующее.

Указанный опрос не содержит ретроспективных данных, позволяющих определить мнение потребителей на дату приоритета заявленного обозначения по заявке №2022703043.

Из приведенного социологического опроса не понятно, в каких городах проживают опрошенные респонденты, в связи с чем невозможно установить территориальный охват, касающийся мнения потребителей о восприятии обозначения «Иди в баню».

При проведении социологического опроса было задано всего лишь два вопроса о восприятии потребителями словосочетания «Иди в баню». При этом, перед тем как предложить опрошенным респондентам варианты ответов, в задаваемых вопросах заведомо указывалось, что название «Иди в баню» предполагается применять на аксессуарах для бани, что уже свидетельствует об ограничении понятия данного обозначения исключительно к определенным видам

товаров, предназначенным для бани и применяемым в бани. Вместе с тем, охраноспособность обозначения должна быть установлена применительно ко всем товарам и услугам, в отношении которых испрашивается правовая охрана.


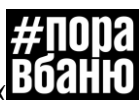
С учетом выявленных замечаний по проведению соцопроса у коллегии имеются все основания полагать, что он не может в достаточной мере повлиять на выводы, изложенные в решении Роспатента от 14.03.2023.


Резюмируя изложенную информацию, коллегия указывает, что заявленное обозначение «Иди в баню» не воспринимается в шуточной форме, о чем указывает заявитель в возражении, а в глазах потребителей может вызывать отрицательные, неприятные ассоциации, связанные с неуважительным высказываем в адрес какого-либо человека.

С учетом изложенного, коллегия полагает, что заявленное обозначение обладает признаками, противоречащими общественным интересам, принципам морали, в связи с чем регистрация его в качестве товарного знака будет противоречить требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В рамках несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегией были противопоставлены товарные знаки




«  », «  » по свидетельствам №№627954, 665841, зарегистрированные ранее на имя иных лиц в отношении однородных товаров и услуг.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №665841 представляет собой комбинированное обозначение «  », содержащее прямоугольник черного цвета, на фоне которого выполнен изобразительный элемент в виде стилизованного изображения решетки и словесные элементы "Пора в баню", выполненные буквами русского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 19, 37, 42 классов МКТУ.

Ввиду того, что заявитель не испрашивает правовую охрану заявленного обозначения в отношении товаров 19 класса МКТУ, противопоставление в виде товарного знака по свидетельству №665841 может быть снято в рамках пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку остальные заявленные товары и услуги 03, 08, 09, 20, 25, 35, 38 классов МКТУ не являются однородными товарам и услугам 19, 37, 42 классов МКТУ указанной противопоставленной регистрации, так как они имеют разное назначение и круг потребителей.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №627954 представляет



собой комбинированное обозначение «  », содержащее композицию, включающую фигурную рамку, внутри которой помещены словесные элементы «ИДЁМ В БАНЮ», выполненные буквами русского языка. Над указанными словесными элементами расположены стилизованные изображения трёх овец, сидящих на рамке. У овцы слева в лапе банный веник, на голове шапка для бани с очками. У овцы, сидящей посередине, скрещены лапы, на голове шапка с надписью «БАНЯ». На голове овцы справа одета банная шапка со звездой, она держит в лапе банный веник. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 03, 25, 35 классов МКТУ.

В противопоставленном товарном знаке основную индивидуализирующую нагрузку несет в себе словесный элемент «Идем в баню», поскольку он в силу своего расположения обращает на себя внимание потребителей. Стилизованные изображения животных с банными вениками и в банных шапочках также подталкивают на призыв «Идем в баню».

Сопоставительный анализ сходства словесного элемента «Иди в баню» заявленного обозначения и словесного элемента «Идем в баню» противопоставленного товарного знака по свидетельству №627954 показал следующее.

Сравниваемые словесные элементы имеют высокую степень фонетического сходства, поскольку элементы «Иди» и «Идем» совпадают по звучанию, являются

однокоренными словами, образованными от слова «идти», элементы «в баню» - тождественны.

По семантическому признаку сравниваемые обозначения следует признать сходными, так как они имеют близкое семантическое значение, относящееся к призыву «пойди в баню» в единственном и множественном числе.

Таким образом, словесные элементы рассматриваемых обозначений являются семантически сходными в виду одинаковых заложенных в них понятий и идей.

Сравниваемые словесные элементы обозначений выполнены буквами русского алфавита, что сближает сопоставляемые обозначения по графическому признаку сходства.

С учетом изложенного, коллегия пришла к выводу о сходстве сопоставляемых обозначений и ассоциировании их друг с другом в целом.

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

Анализ однородности товаров 03 класса МКТУ заявленного обозначения и товаров 03 класса МКТУ, приведенных в перечне противопоставленного товарного знака, показал следующее.

Заявленные товары 03 класса МКТУ амбра [парфюмерия]; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; ароматизаторы для кондитерских изделий из сдобного теста [эфирные масла]; ароматизаторы для напитков [эфирные масла]; ароматизаторы пищевые [эфирные масла]; аэрозоль для освежения полости рта; бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; басма [краситель косметический]; блески для губ; блестки для ногтей; блестки для тела; вазелин косметический; вата для косметических целей; вата, пропитанная препаратами для удаления макияжа; вещества клейкие для

косметических целей; вода ароматическая; вода жавелевая; вода лавандовая; вода мицеллярная; вода туалетная; воск для удаления волос; воск для усов; гели для массажа, за исключением используемых для медицинских целей; гелиотропин; гель для отбеливания зубов; гераниол; глиттеры для ногтей; грим; дезодоранты для домашних животных; дезодоранты для человека или животных; депилятории; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; духи; жиры для косметических целей; изделия парфюмерные; изображения переводные декоративные для косметических целей; ионон [парфюмерный]; камень квасцовый для бритья [вяжущее средство]; карандаши для бровей; карандаши косметические; клеи для прикрепления искусственных ресниц; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; красители для бороды и усов; красители косметические; краски для тела косметические; кремы косметические; кремы косметические отбеливающие; кремы на основе эфирных масел для использования в ароматерапии; ладан; лаки для волос; лаки для ногтей; латекс жидкий для окрашивания тела косметический; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; маски листовые для косметических целей; маски с паровым нагревом одноразовые, не для медицинских целей; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масла, используемые как очищающие средства; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; масло терпентинное для обезжиривания; молоко миндальное для косметических целей; молочко туалетное; мускус [парфюмерия]; мыла; мыла дезодорирующие; мыла для бритья; мыла кусковые туалетные; мыла против потения; мыла против потения ног; мыло миндальное; мята для парфюмерии; наборы косметические; наклейки для глаз гелевые косметические; наклейки для ногтей; наклейки для создания двойного века; ногти искусственные; одеколон; палочки фимиамные; пасты зубные; патчи для глаз гелевые косметические; пемза; пеналы для губной помады; пероксид водорода для косметических целей; повязки

для восстановления ногтей; полоски для освежения дыхания; полоски отбеливающие для зубов; помада губная; помады для косметических целей; препараты для бритья; препараты для ванн косметические; препараты для ванн, не для медицинских целей; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для полирования зубных протезов; препараты для полоскания рта, за исключением используемых в медицинских целях; препараты для похудения косметические; препараты для придания блеска листьям растений; препараты для промывания глаз, не для медицинских целей; препараты для удаления макияжа; препараты для ухода за ногтями; препараты для чистки зубных протезов; препараты коллагеновые для косметических целей; препараты с алоэ вера для косметических целей; препараты солнцезащитные; препараты, освежающие дыхание для личной гигиены; пудра для макияжа; расплавы восковые [ароматизирующие препараты]; растворители лаков для ногтей; растворы вагинальные для интимной гигиены или в качестве дезодоранта; ресницы искусственные; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; салфетки, пропитанные препаратами для удаления макияжа; свечи массажные для косметических целей; смеси ароматические из цветов и трав; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; спреи охлаждающие для косметических целей; средства вяжущие для косметических целей; средства для бровей косметические; средства для гримирования; средства для загара косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для ресниц косметические; средства для ухода за кожей косметические; средства для чистки зубов; средства косметические; средства косметические для детей; средства косметические для животных; средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; средства моющие для интимной гигиены немедицинские; средства моющие для личной гигиены дезинфицирующие или дезодорирующие; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства обесцвечивающие [деколораторы] для косметических целей; средства туалетные;

средства туалетные против потения [туалетные принадлежности]; средства фитокосметические; тальк туалетный; тампоны ватные для косметических целей; терпены [эфирные масла]; тоники для косметических целей; хна [краситель косметический]; чай для ванн для косметических целей; шампуни; шампуни для животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни для комнатных животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни сухие; штампы косметические, заполненные; экстракты растительные для косметических целей; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]» являются однородными товарам 03 класса МКТУ «ароматизаторы [эфирные масла]; вода ароматическая; кремы косметические; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; маски косметические; масла косметические; масла эфирные; молочко туалетное; мыла; мыла кусковые туалетные; мыла лечебные; наборы косметические; препараты для ванн косметические; препараты для гигиенических целей, относящиеся к категории парфюмерно-косметических, туалетные принадлежности; препараты для удаления макияжа; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; смеси ароматические из цветов и трав; средства для ухода за кожей косметические; шампуни; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные» противопоставленного товарного знака по свидетельству №627954, поскольку соотносятся друг с другом как род-вид, объединены родовыми группами «косметика, парфюмерия, товары санитарно-гигиенические», имеют одинаковое назначение, условия реализации и круг потребителей.

Высокая степень однородности сравниваемых товаров наряду с выводом о сходстве сравниваемых обозначений позволяет сделать вывод о наличии вероятности смешения обозначения по заявке № 2022703043 и товарного знака по свидетельству № 627954 в отношении вышеуказанных товаров 03 класса МКТУ.

Остальные товары 03 класса МКТУ «абразивы; антинакипины бытовые; антистатики бытовые; баллоны со сжатым воздухом для уборки и удаления пыли; бруски для полирования; бумага абразивная; бумага наждачная; бумага полировальная; вакса, гуталин для обуви; вар сапожный; вещества ароматические

для отдушивания белья; вещества влагопоглощающие для посудомоечных машин; воск для паркетных полов; воск для пола; воск для пола, предохраняющий от скольжения; воск обувной; воск портновский; воски для кожи; воски для полирования мебели и полов; воски обувные; воски полировочные; глянец-крахмал для стирки; жидкости для пола, предохраняющие от скольжения; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; зола вулканическая для чистки; камни шлифовальные; карбид кремния [абразивный материал]; карбиды металлов [абразивные материалы]; квасцы алюминиевые [вяжущее средство]; кизельгур для полирования; кора мыльного дерева для стирки; корунд [абразив]; красители для воды в туалете; крахмал для стирки; крем для обуви; кремы для кожи; кремы для полирования; крокус красный для полирования; мел для побелки; мел для чистки; мыла для оживления оттенков тканей; наждак; пасты для ремней для заточки бритв; полотно абразивное; полотно наждачное со стеклянным абразивом; препараты для замачивания белья; препараты для заточки инструментов; препараты для лощения [подкрахмаливания]; препараты для обесцвечивания; препараты для осветления кожи; препараты для полирования; препараты для смягчения белья при стирке; препараты для сухой чистки; препараты для удаления красок; препараты для удаления лаков; препараты для удаления паркетного воска [очищающие препараты]; препараты для удаления политуры; препараты для удаления ржавчины; препараты для чистки; препараты для чистки обоев; препараты для чистки сточных труб; препараты для чистки химические бытовые; препараты отбеливающие [обесцвечивающие] для бытовых целей; препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья; продукты для наведения блеска [для полировки]; пыль алмазная [абразив]; пятновыводители; растворы для очистки; салфетки антистатические для сушильных машин; салфетки детские, пропитанные очищающими средствами; салфетки, предотвращающие окраску при стирке; сафрол; синька для обработки белья; скипидар для обезжиривания; сода для отбеливания; сода стиральная для чистки; соли для отбеливания; составы для предохранения кожи [полировальные]; спирт нашатырный [моющее, очищающее средство]; средства для придания блеска белью; средства для стирки; средства обезжиривающие, за

исключением используемых в промышленных целях; средства отбеливающие для стирки; таблетки для очистки кофемашин; ткань наждачная; тряпки для уборки, пропитанные моющими средствами; шкурка стеклянная; щелок содовый», относящиеся к средствам для чистки, полирования и уборки, средствам ухода за текстильными и кожаными изделиями, следовательно, не являются однородными товарам 03 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству №627954, относящимся к косметическим, гигиеническим и парфюмерным средствам, поскольку имеют разное назначение, условия реализации и круг потребителей.

Заявленные товары 25 класса МКТУ являются однородными товарам 25 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству №627954, поскольку соотносятся друг с другом как род-вид, объединены родовыми понятиями «одежда, обувь, головные уборы», имеют одно назначение, условия реализации и круг потребителей.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение

аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; 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; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» являются однородными услугам 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; продвижение товаров [для третьих лиц], в том числе услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов или интернет-сайтов; распространение образцов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака по свидетельству №627954, поскольку сравниваемые услуги соотносятся друг с другом как род-вид, имеют

одно назначение (предназначены для продвижения и продажи различными способами товаров для третьих лиц), оказываются одними и теми организациями и предприятиями, имеют одинаковый круг потребителей.

Остальные заявленные услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; 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; 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 связей с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; 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 подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; 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 информации телефонных справочников; пресс-службы; проведение коммерческих мероприятий; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; 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 компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен;

услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» относятся к услугам посредническим, конторским и секретарским, услугам в области бухгалтерского учета, кадровым услугам, услугам в сфере бизнеса, услугам по прокату оборудования. Таким образом, данные услуги не являются однородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству №627954, относящимся к продвижению, снабжению и продаже товаров, поскольку они имеют разное назначение, оказываются разными организациями, имеют разный круг потребителей.

Следует указать, что заявителем не оспаривается однородность сравниваемых товаров и услуг.

Учитывая изложенное, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству №627954 являются сходными до степени смешения в отношении части однородных товаров 03 и услуг 35 классов МКТУ.

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, так как для части вышеуказанных товаров и услуг не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, коллегия указывает, что основания для отказа в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, предусмотренные пунктом 6 статьи 1483 Кодекса, не снимают вышеприведенные основания для отказа по пункту 3 (2) статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.07.2023, изменить решение Роспатента от 14.03.2023, отказать в регистрации товарного знака по заявке №2022703043 с учетом дополнительных оснований.