


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12.03.2014 № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее - Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 17.05.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Управляющая компания «РЕФОРМА» (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022711860, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2022711860, поданной 24.02.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35, 36, 37 классов МКТУ, приведенных в перечне заявки.

Роспатентом 09.03.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022711860 в отношении части услуг

36, 37 классов МКТУ. В отношении другой части услуг 36, 37 классов и всех услуг 35 класса МКТУ выявлено несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что в отношении данных услуг заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с товарным знаком «FORMA», зарегистрированным под [1] №923377 (ранее заявка №2021754749), с датой приоритета от 27.08.2021 г. на имя ООО «Форма», 107497, Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Гольяново, ул. Амурская, д.7, стр. 4, помещ. 1, ком 5, в отношении однородных услуг 35, 36 классов МКТУ;

- с товарным знаком «РЕФОРМА», зарегистрированным под [2] №536426, с датой приоритета от 06.01.2014 г. на имя Сарабеева Виталия Юрьевича, 644010, г.Омск, ул.Лазо, 21, кв.5, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «РЕ-ФОРМА», зарегистрированным под [3] №247845, с датой приоритета от 29.05.2001 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью "ГРАНТ", 309514, Белгородская обл., г. Старый Оскол, ул. Октябрьская, д. 20, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «ФОРМА», зарегистрированным под [4] №962082 (ранее заявка №2022711511), с датой приоритета от 22.02.2022 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью "Форма", 454048, Челябинская область, г. Челябинск, ул. 1-я Окружная, 3, оф. 11, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «RE: ФОРМА», зарегистрированным под [5] №673961, с датой приоритета от 21.11.2017 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью "Милопт", 192281, Санкт-Петербург, Балканская пл., 5, литер Е, пом.1-Н, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «РЕ-ФОРМА», зарегистрированным под [6] №595324, с датой приоритета от 21.05.2015 г. на имя Садыкова Фархада Идиятулловича, 452163, Республика Башкортостан, Чишминский р-н, с.

Новотроицкое, ул. Школьная, д. 2, кв. 1, в отношении однородных услуг 35, 37 классов МКТУ;

- с товарными знаками со словесным элементом «РЕФОРМА», зарегистрированные под [7, 8, 9] №№ 588227, 587846, 587845, с датой приоритета от 01.08.2014 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью "ТЕРРА ВИВА", 111123, Москва, ул. 2-я Владимирская, 12, корп. 3, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «ФОРМА», зарегистрированным под [10] №554146, с датой приоритета от 24.10.2013 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью "ФОРМА", 107031, Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Мещанский, пер. Малый Кисельный, д. 3, стр.2, помещ.1, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарными знаками со словесными элементами «РЕФОРМА», «РЕФОРМА», зарегистрированными под [11] № 468241 (с датой приоритета от 10.05.2011 г.), [12] № 305727 (с датой приоритета от 13.01.2005г.), на имя Фрича Григория Дмитриевича, 620137, г.Екатеринбург, ул.Ботаническая, д. 19 кв. 58, в отношении однородных услуг 37 класса МКТУ;

- с товарным знаком «ФОР-МА», зарегистрированными под [13] №388837, с датой приоритета от 04.04.2008 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью "Фортис", 196601, СанктПетербург, Пушкин, ул.Оранжевая, 13/52, кв.3, в отношении однородных услуг 37 класса МКТУ.

В поступившем возражении 17.05.2023 заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- противопоставленные товарные знаки №962082 (ранее заявка №2022711511), №554146, №923377, №673961 имеют существенные фонетические отличия с заявленным обозначением, а именно: различия в количестве, порядке и составе слогов, составе гласных и согласных, в ударениях;

- сравниваемые обозначения имеют существенные семантические отличия, формируют в сознании потребителя различные образы, не являются сходными и могут быть легко различимы;

- заявленное обозначение и противопоставленные экспертизой товарные знаки имеют визуальные отличия, производят различное общее зрительное впечатление;

- заявитель сокращает заявленный перечень 35 класса МКТУ и испрашивает для регистрации следующие услуги: *«агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области*

деловых и коммерческих контактов; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; 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; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое программами б возмещения расходов для третьих лиц; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая»;

- услуги, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки по свидетельствам № 554146, №673961, №595324, №536426, №247845, и испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ не являются однородными, относятся к различной области деятельности;

- заявитель является правообладателем товарных знаков «Ре-Форма и «Re-Forma» (свидетельства №542418, №542419), зарегистрированных в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ, что доказывает возможность

существования указанных товарных знаков и противопоставленных товарных знаков.

Также заявитель указывает, что исключает из заявленного перечня 37 класс МКТУ.

На основании вышеизложенного, заявитель просит отменить решение Роспатента от 09.03.2023 и зарегистрировать обозначение по заявке №2022711860 в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня услуг 35 класса и заявленного ранее перечня услуг 36 класса МКТУ.

Изучив материалы дела, заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (24.02.2023) поступления заявки №2022711860 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

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

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

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

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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

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

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


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

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

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

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2022711860




заявлено комбинированное обозначение «», включающее словесные элементы «RE FORMA», выполненные оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита на черном фоне. Предоставление правовой охраны испрашивается в отношении услуг 35, 36, 37 классов МКТУ.

В отношении части услуг 36, 37 класса МКТУ заявленному обозначению правовая охрана предоставлена в соответствии с решением Роспатента от 09.03.2023.

Ввиду того, что заявитель в поданном возражении не оспаривает отказ в части услуг 36, 37 классов МКТУ, анализ по противопоставленным товарным знакам №595324 [6], №468241, №305727, №388837 [11-13] в отношении услуг 37 класса МКТУ, а также по противопоставленному товарному знаку №923377[1] в отношении услуг 36 класса МКТУ далее не проводится.

В качестве сходных до степени смешения с заявленным обозначением в заключении по результатам экспертизы указаны словесные товарные знаки:

[1] «**Forma**» по свидетельству №923377, [2] «**РЕФОРМА**» по свидетельству №536426, [3] «**РЕ-ФОРМА**» по свидетельству №247845, выполненные стандартным шрифтом буквами кириллического и латинского алфавита, а также комбинированные товарные знаки [4] « **ФОРМА**» по свидетельству №962082, [5] «**RE: ФОРМА-MILITARY STYLE**» по свидетельству №673961, [6] «» по свидетельству №595324, [7] «» по свидетельству №588227, [8] «» по свидетельству №587846, [9] «» по свидетельству №587845, [10] « **ФОРМА**» по свидетельству №554146, выполненные оригинальным шрифтом буквами латинского и кириллического алфавита, правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.


В заявленном обозначении «» словесные элементы «RE» и «FORMA» разделены расположены в две строчки, что позволяет рассматривать заявленное обозначение как состоящее из двух словесных элементов.

Анализ сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1, 4, 10] показал, что с точки зрения фонетики словесные элементы «RE FORMA» и «ФОРМА» имеют отличия в произношении, однако имеют одинаковую основу слов, поэтому обладают признаками фонетического сходства. Заявленное обозначение «RE FORMA» и противопоставленные товарные знаки «ФОРМА» [1, 4, 10] включают фонетически тождественные звуки «FORMA» и «ФОРМА», которые являются

определяющими при звуковом восприятии сравниваемых знаков и акцентируют внимание потребителей в первую очередь.

Таким образом, сравниваемые обозначения сходны по фонетическому признаку ввиду совпадения звуков и звукосочетаний, их места в составе обозначений, то есть на основании фонетического сходства словесных элементов «RE FORMA» и «ФОРМА».



Анализ заявленного обозначения «» и противопоставленных товарных знаков [2, 3, 5-9] показал, что все обозначения включают в себя фонетически тождественные словесные элементы, выполняющие основную индивидуализирующую функцию в знаках: «RE FORMA», «РЕФОРМА», «РЕ-ФОРМА», «RE: ФОРМА», «РЕ ФОРМА», «РЕФОРМА», «РЕФОРМА», «РЕФОРМА», ввиду чего сравниваемые знаки являются сходными по фонетическому признаку.

Семантическое сходство обусловлено совпадением противопоставленных товарных знаков [1, 4, 10] с одним из элементов заявленного обозначения, который имеет самостоятельное значение, а именно: слово «FORMA» («Forma» - форма, Большой англо-русский и русско-английский словарь. 2001. https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus/574422/forma/).

Расположение заявленных словесных элементов «RE FORMA» на двух строчках разным шрифтом не исключает восприятие заявленного обозначения, в том числе, как слово «реформа», особенно в вербальных средствах массовой информации, что будет порождать в сознании потребителя сходный ассоциативный ряд, связанный со значением слова «реформа» («Reforma» - реформа, <https://translate.academic.ru/reforma/xx/ru/>), ввиду чего семантический критерий сходства с противопоставленными товарными знаками [2, 3, 5-9] в данном случае не может быть исключен.

При сопоставлении заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] на предмет графического сходства можно говорить о совпадении латинского алфавита в сравниваемых знаках.

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [4-10] отличаются графически, поскольку заявленное обозначение является комбинированным, словесные элементы которого выполнены буквами латинского алфавита в отличие от противопоставленных комбинированных товарных знаков [4-10], выполненных буквами кириллического алфавита.

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [2, 3] являются словесными, выполнены стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита и не имеют графической проработки, то есть имеют графические отличия с заявленным обозначением.

Вместе с тем, наличие в противопоставленных товарных знаках графических отличий не приводит к отсутствию ассоциирования друг с другом сравниваемых обозначений, прежде всего за счет присутствия в них фонетически и семантически сходных слов.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения и услуг 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-10], в отношении которых предоставлена правовая охрана, показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегии надлежит руководствоваться требованиями пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но

идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Заявителем был представлен сокращенный перечень услуг 35 класса МКТУ, испрашиваемый для регистрации: *«агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов;*

публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; 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; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая».

Противопоставленные товарные знаки [1-10] зарегистрированы в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ:

[1] – реклама; агентства рекламные;

[2] – продвижение товаров для третьих лиц, а именно: услуги по розничной продаже одежды, обуви, головных уборов;

[3] – репродуцирование документов; сбыт товара через посредников; обработка текста; служба телефонных ответчиков; фотокопирование;

[4] - исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; маркетинг; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов;

[5] - демонстрация товаров; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной, оптовой продажи товаров с использованием теле-магазинов или интернет-сайтов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами];

[6] - продвижение товаров для третьих лиц, а именно мебели и заявленных товаров 20 класса; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], а именно мебелью и заявленными товарами 20 класса;

[7-9] - агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; запись сообщений; информация деловая; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; услуги в области общественных отношений;

[10] - услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами].

Позиции 35 класса МКТУ, в отношении которых, в том числе, предоставлена правовая охрана противопоставленным товарным знакам [1-10], относятся к такой родовой группе услуг как: услуги в области рекламы, услуги по продвижению товаров и услуг, услуги в сфере бизнеса.

Сравнительный анализ перечня услуг 35 класса заявленного обозначения, а именно: *«аренда площадей для размещения рекламы; макетирование рекламы; обновление рекламных материалов; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная»*, и услуг 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 5, 7-9] показал, что сравниваемые услуги 35 класса относятся к одной родовой группе «услуги в области рекламы».

Услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения *«изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; маркетинг; прогнозирование экономическое; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; экспертиза деловая»* являются однородными с услугами 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [2-9], поскольку относятся к услугам по продвижения товаров/услуг, включая услуги по исследованию рынка.

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ *«анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; подготовка платежных документов»* и услуги «анализ себестоимости» противопоставленных товарных знаков [7-9] являются однородными, поскольку относятся к услугам в области бухгалтерского учета.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ, относящиеся к информационно-справочным услугам, а именно: *«агентства по коммерческой информации; ведение автоматизированных баз данных; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; пресс-службы; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы по связям с прессой; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях»* являются однородными с услугами 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; информация деловая» противопоставленных товарных знаков [7-9], так как представляют собой услуги информационные.

Услуги 35 класса МКТУ *«консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; оценка коммерческой деятельности; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги субподрядные [коммерческая помощь]»* являются однородными с услугами 35 класса МКТУ «управление

гостиничным бизнесом», услуги 35 класса МКТУ «консультации по управлению персоналом» являются однородными с услугами «тестирование психологическое при подборе персонала» противопоставленных товарных знаков [7-9], поскольку относятся к услугам в сфере бизнеса.

Кроме того, позиции 35 класса МКТУ «*бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; посредничество коммерческое; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц*», относящиеся к услугам посредническим, соотносятся с услугами 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-10].

Вышеуказанные услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-10] в большей части являются тесно связанными друг с другом, имеют общее назначение, область применения, круг потребителей, используются в одном сегменте рынка, соотносятся как род/вид.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-10], а также однородность испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ соответствующим услугам противопоставленных товарных знаков [1-10], их следует признать сходными до степени смешения.

Коллегия отмечает, что на стадии экспертизы противопоставления по свидетельствам №542418 и №542419 были сняты в качестве противопоставлений, поскольку в результате внесенных изменений в указанные свидетельства по договору об отчуждении исключительного права на товарные знаки заявителем по заявке №2022711860 и правообладателем по указанным свидетельствам стало одно и то же юридическое лицо. Вместе с тем, факт наличия товарных знаков на имя заявителя не является основанием

для снятия вышеуказанных противопоставлений [1-10], анализ сходства которых дан выше в мотивировочной части заключения.

Проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-10] в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 17.05.2023,
оставить в силе решение Роспатента от 09.03.2023.**