


**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 07.01.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Сабуровский комбинат хлебопродуктов», Тамбовская область, Никифоровский район, с. Сабуро-Покровское (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022783021 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2022783021 с приоритетом от 18.11.2022 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 29, 30, 31, 35, 36 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 08.09.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022783021 в отношении части заявленных услуг 35 и 36 классов МКТУ с указанием слова «Агрополис» в качестве неохраняемого элемента обозначения. Следует отметить, что заявителем получено свидетельство №980869.



В отношении всех заявленных товаров 29, 30, 31 классов МКТУ, а также части заявленных услуг 35 и 36 классов МКТУ было отказано в регистрации заявленного

обозначения в качестве товарного знака. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пунктов 1, 10 статьи 1483 Кодекса.

Указанное решение обосновано тем, что включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «АГРОПОЛИС» («АГРОПОЛИС» - новый вид поселения, совокупность семейных усадеб и угодий вокруг ядра, где расположены торгово-развлекательные центры, школы, машинно-тракторные станции и предприятия бытового обслуживания, административные структуры и спортивные сооружения, см., например, <https://cyberleninka.ru/article/n/agroekopolisy-novye-struktury-ekologicheskii-sbalansirovannogo-i-bezopasnogo-razvitiya-agroldndshaftov#:~:text=Агрополис%20—%20новый%20вид%20поселения%2C,административные%20структуры%20и%20спортивные%20сооружения>) широко используется различными лицами в качестве характеристики товаров и услуг, однородных заявленным, что подтверждается различными источниками сети Интернет (см., например, <https://agropolis60.ru/>, <https://agrokrug.com/agropolis/>, <https://rg.ru/2021/06/08/reg-ufo/v-krymu-sozdali-unikalnuiu-ploshchadku-dlia-selekcii-zizifusa-i-olivy.html>, <https://globalalternatives.wordpress.com/agropolis-alternative/agropolis/comment-page-1/>, <https://tass.ru/obschestvo/16717873>, <https://invest.pskov.ru/business-guide/bankingsupport/agropolis> и др.), не обладает различительной способностью, в связи с чем является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.


Вместе с тем, установлено, что включенный в состав заявленного обозначения элемент «АП» сходен до степени смешения с охраняемыми средствами индивидуализации, а именно:




- с товарными знаками «  », «  » по свидетельству № 761729 с приоритетом от 29.11.2019, № 643294 с приоритетом от 01.03.2017, зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью «АГЕНТ-

ПРОДУКТ», Санкт-Петербург, в отношении однородных товаров и услуг 29, 30, 31, 35 классов МКТУ;



- с товарным знаком «  » по свидетельству № 747928 с приоритетом от 28.06.2019, зарегистрированным на имя «Адвантис Груп Эф Зет Си, Объединенные Арабские Эмираты, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком «  », по свидетельству № 563260 с приоритетом от 04.09.2014, зарегистрированным на имя Закрытого акционерного общества «Интервэйл», Москва, в отношении однородных услуг 35, 36 классов МКТУ.

В связи с чем, был сделан вывод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 07.01.2024, заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель не оспаривает вывод Роспатента о том, что словесный элемент «Агрополис» является неохраняемым элементом;

- Роспатентом не проведен анализ воспринимается ли потребителями элемент «АП», входящий в состав заявленного обозначения, в качестве противопоставленных товарных знаков, как того требует методология, содержащаяся в пункте 162 Постановления № 10;

- элемент «АП», входящий в состав сравниваемых обозначений, в силу своей короткой фонетической длины, обладает низким уровнем запоминаемости и различительной способности;

- как в заявленном обозначении, так и в противопоставленных товарных знаках, основную функцию индивидуализации несет в себе не элемент «АП», а графическое исполнение;

- словесный элемент «АП» не воспринимается как противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №761729, № 643294, № 563260, № 747928;

- данные элементы выполнены в разной цветографической стилистике, с применением оригинальных графических элементов.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех испрашиваемых товаров 29, 30, 31 и услуг 35, 36 классов МКТУ.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (18.11.2022) поступления заявки №2022783021 правовая база 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 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения.

Государственная регистрация в качестве товарных знаков таких обозначений допускается при наличии соответствующего согласия, предусмотренного пунктом 6 и подпунктами 1 и 2 пункта 9 настоящей статьи.

В соответствии с пунктом 49 Правил на основании пункта 10 статьи 1483 Кодекса устанавливается, не содержит ли заявленное обозначение элементы, являющиеся охраняемыми в соответствии с Кодексом товарными знаками других лиц и наименованиями мест происхождения товаров, сходными с ними до степени

смещения обозначениями, а также промышленные образцы, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

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 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

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, а именно:

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

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

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на


который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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).

Регистрация в качестве товарных знаков обозначений, указанных в абзаце первом настоящего пункта, допускается при наличии согласия, предусмотренного пунктом 6 и подпунктами 1 и 2 пункта 9 статьи 1483 Кодекса.



Заявленное обозначение «» является комбинированным, состоящим из прямоугольника салатного цвета, на фоне которого расположен стилизованный изобразительный элемент в виде изображения щита белого цвета с мельницей и буквенным элементом «АП». Справа от щита расположены словесные элементы «Агрополис» и «САБУРОВО», выполненные стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров и услуг 29, 30, 31, 35, 36 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.


Решением Роспатента от 08.09.2023 заявленному обозначению была предоставлена правовая охрана в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ, а именно *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; бюро по*

*найму; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; предоставление информации телефонных справочников; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по составлению перечня подарков; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования», части заявленных услуг 36 класса МКТУ, а именно: «аренда квартир; аренда коворкинг-офисов; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; бюро квартирные [недвижимость]; управление жилым фондом; управление недвижимостью; услуги агентств недвижимости; услуги по поручительству за условно освобожденных» с указанием слова «Агрополис» в качестве неохраняемого элемента на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.*


Заявитель в своем возражении не оспаривает установленное несоответствие элемента «Агрополис» требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.




Противопоставленный товарный знак «  » по свидетельству №761729 является комбинированным, представляет собой фантазийную фигуру зеленого цвета, похожую на этикетку, в верхнем правом углу которой расположен изобразительный элемент в виде круга с орнаментом внутри. По центру данного элемента расположен буквенный элемент «АП», выполненный стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 29, 30, 31 классов МКТУ и услуг 35 и 36 классов МКТУ.




Противопоставленный товарный знак «  » по свидетельству №643294 является комбинированным, представляет собой изобразительный элемент в виде круга с орнаментом внутри. По центру данного элемента расположен буквенный элемент «АП», выполненный стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ и услуг 35 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак «  » по свидетельству №747928 является комбинированным, представляет собой фантазийный изобразительный элемент, по центру которого расположен буквенный элемент «АП», выполненный стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ и услуг 35 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак «  » по свидетельству №563260 является комбинированным, представляет собой изобразительный элемент в виде черного круга, по центру которого расположен буквенный элемент «АП», выполненный стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку, представляющему собой комбинированное обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную



индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения). Иными словами, действие нормы направлено на недопущение нарушений прав третьих лиц тогда, когда факт нарушения не вызывает сомнения, а нормы пунктов 6, 8, 9 статьи 1483 Кодекса к рассматриваемой ситуации не применимы в силу незначительной роли таких спорных элементов.

Коллегия усматривает, что независимый (не связанный с другими элементами обозначения) элемент «АП» заявленного обозначения не является сходным до степени смешения с элементом «АП» в противопоставленного товарного знака



« » по свидетельству № 761729, где индивидуализирующий элемент «АП» не занимает доминирующего центрального положения, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения. Данное противопоставление, действующее, в том числе в отношении товаров 30 и 31 класса МКТУ, может быть снято, поскольку не противоречит смыслу положения пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

И, напротив, коллегия считает необходимым указать, что независимый элемент «АП» заявленного обозначения в целом сходен с противопоставленными товарными



знаками « », « », « » по свидетельствам №643294, №747928, №563260, в которых словесные элементы «АП» занимают центральное положение, то есть элемент «АП» заявленного обозначения сходен с элементами индивидуализации противопоставленных товарных знаков. Указанное обусловлено также тем, что элемент «АП» фонетически тождественен, а выполнение данного элемента буквами одного и того же алфавита (русского) сближает элемент графически. Согласно словарно-справочным источникам информации (см. Интернет

словарь <https://academic.ru/>) элемент «АП» не имеет семантического значения, является фантазийным, что приводит к невозможности проведения анализа по семантическому критерию сходства.

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал, что испрашиваемые товары 29 класса МКТУ и перечень товаров 29 класса МКТУ, в отношении которых действует правовая охрана товарного знака по свидетельству №643294, содержат либо идентичные позиции, либо соотносятся по роду и виду (мясо, рыба, птица и дичь; экстракты мясные; овощи и фрукты консервированные, сушеные и подвергнутые тепловой обработке; желе, варенье, компоты; яйца; молоко, сыр, масло, йогурт и другие молочные продукты; масла и жиры пищевые), имеют одни те же потребительские качества, могут реализовываться совместно в одной и той же торговой продуктовой сети магазинов, имеют один круг потребителей.

Также следует отметить, что испрашиваемые товары 30 класса МКТУ и перечень товаров 30 класса МКТУ, в отношении которых действует правовая охрана товарного знака по свидетельству №643294, содержат либо идентичные позиции, либо соотносятся по роду и виду (кофе, чай, какао и их заменители; рис, макароны и лапша; тапиока (маниока) и саго; мука и продукты зерновые; хлеб, выпечка и изделия кондитерские; шоколад; мороженое, сорбет и другие продукты из съедобного льда; сахар, мед, сироп из патоки; дрожжи, порошки пекарные; соль, специи, консервированные травы; уксус, соусы, приправы; лед для охлаждения.), имеют одни те же потребительские качества, могут реализовываться совместно в одной и той же торговой продуктовой сети магазинов, имеют один круг потребителей.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; изучение общественного мнения; изучение рынка; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса;*

исследования конъюнктурные; ведение автоматизированных баз данных; исследования маркетинговые; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; прогнозирование экономическое; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; 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 показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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 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; проведение коммерческих мероприятий; 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; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; 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; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPS; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; ; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; 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 по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги розничной продажи товаров; услуги оптовой продажи товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров; услуги розничной продаже товаров с использованием теле-магазинов или интернет-сайтов; услуги интернет-магазинов; услуги розничной торговли,

*предоставляемые универсальными магазинами»* является однородной противопоставленным услугам 35 класса МКТУ, в отношении которых действует товарный знак по свидетельству №563260. Сравнимые услуги соотносятся по роду и виду услуг (реализация и продвижение товаров и услуг, изучение общественного мнения, предоставление информации), имеют одно и тоже назначение, условия оказания и круг потребителей.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; запись сообщений [канцелярия]; обработка текста; регистрация данных и письменных сообщений; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; 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 показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; подготовка исследований рентабельности бизнеса; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; 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; проведение коммерческих мероприятий; 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; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямой почтовой; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; телемаркетинг; службы корпоративных коммуникаций; 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; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекеничников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги

онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; оценка коммерческой деятельности; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; службы административные по медицинским направлениям; услуги рекламные «оплата за клик»; пресс-службы; службы по связям с прессой; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги розничной продажи товаров; услуги оптовой продажи товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или интернет-сайтов; услуги интернет-магазинов; услуги розничной торговли, предоставляемые универсальными магазинами» соотносится по роду и виду услуг с противопоставленными услугами 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба» товарного знака по свидетельству №747928. Сравнимые услуги имеют одно и то же назначение, условия оказания и круг потребителей, являются однородными.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; 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; 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 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; проведение коммерческих мероприятий; 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; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной



разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; 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 по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги розничной продажи товаров; услуги оптовой продажи товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или интернет-сайтов; услуги интернет-магазинов; услуги розничной торговли, предоставляемые универсальными магазинами» являются однородными противопоставленным услугам 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; 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; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по розничной и оптовой продаже диетического питания и пищевых добавок для человека и животных; услуги по розничной и оптовой продаже продовольственных товаров и безалкогольных напитков; услуги по розничной и оптовой продаже товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» товарного знака по свидетельству №643294. Сравнимые услуги соотносятся по роду и виду услуг (реализация и

продвижение товаров и услуг), имеют одно и то же назначение, условия оказания и круг потребителей.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; составление отчетов о счетах; выписка счетов; анализ себестоимости; подготовка платежных документов; составление налоговых деклараций; услуги по подаче налоговых деклараций»*, которая относится к услугам в области бухгалтерского учета, часть услуг *«комплектование штата сотрудников; тестирование психологическое при подборе персонала»*, которая является кадровыми услугами, часть услуг *«поиск поручителей; согласование деловых контрактов для третьих лиц; услуги административные по переезду предприятий»*, которая относится к посредническим услугам, не является однородной противопоставленным услугам 35 класса МКТУ по свидетельствам №643294, №747928, №563260. Маркированные сходными обозначениями данные услуги не будут смешаны в гражданском обороте, поскольку отличаются по виду и роду, по их назначению и условиям оказания.

Часть испрашиваемых услуг 36 класса МКТУ *«агентства кредитные; агентства по взысканию долгов; анализ финансовый; аренда финансовая; взыскание арендной платы; выдача подарочных сертификатов; выпуск дорожных чеков; выпуск кредитных карточек; выпуск ценных бумаг; инвестирование; исследования финансовые; клиринг; консультации по вопросам страхования; консультации по вопросам финансов; консультирование по вопросам задолженности; котировки биржевые; краудфандинг; кредитование под залог; ликвидация торгово-промышленной деятельности [финансовые услуги]; маклерство; менеджмент финансовый; обмен денег; обмен криптоактивами финансовый; обслуживание банковское дистанционное; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; операции с недвижимым имуществом; операции факторные; организация денежных сборов; организация финансирования строительных проектов; оценка антиквариата; оценка драгоценностей; оценка леса на корню финансовая; оценка марок; оценка*

недвижимого имущества; оценка предметов нумизматики; оценка произведений искусства; оценка стоимости разработок в нефтяной, газовой и горнодобывающей промышленности; оценка финансовая активов интеллектуальной собственности; оценка шерсти финансовая; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; оценки финансовые по запросу при заключении договора о поставках; оценки финансовые стоимости ремонта; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; перевод денежных средств в системе электронных расчетов с использованием технологии блокчейн; перевод криптоактивов электронный; поручительство; посредничество биржевое; посредничество при операциях с недвижимостью; посредничество при реализации углеродных кредитов; посредничество при страховании; предоставление информации по вопросам страхования; предоставление скидок через клубные карты для третьих лиц; предоставление ссуд [финансирование]; предоставление ссуд под залог; предоставление финансовой информации; предоставление финансовой информации через веб-сайты; проверка подлинности чеков; размещение фондов; сбор благотворительных средств; сделки посреднические с акциями и облигациями; спонсорство финансовое; ссуды ипотечные; ссуды с погашением в рассрочку; страхование; страхование жизни; страхование от болезней; страхование от несчастных случаев; страхование от несчастных случаев на море; страхование от пожаров; управление финансовое выплатами возмещений для третьих лиц; услуги актуариев; услуги банковские; услуги брокерские; услуги мобильного банкинга; услуги платежные через электронный кошелек; услуги по составлению смет для оценки затрат; услуги попечительские; услуги резервных фондов; услуги сберегательных банков; услуги сберегательных фондов; услуги финансовые таможенных брокеров; учреждение взаимовыгодных фондов; финансирование; хранение в сейфах; хранение ценностей; экспертиза налоговая» относятся к финансовой деятельности, является однородной противопоставленным услугам 36 класса МКТУ «анализ финансовый; выпуск дорожных чеков; выпуск кредитных карточек; информация финансовая; клиринг; консультации по вопросам финансов; консультирование по вопросам задолженности; менеджмент финансовый; обмен

*денег; обслуживание банковское дистанционное; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; операции факторные; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; предоставление ссуд [финансирование]; предоставление финансовой информации через веб-сайты; проверка подлинности чеков; услуги банковские; финансирование»* товарного знака по свидетельству №563260. Сравнимые услуги соотносятся по роду и виду, имеют одно и то же назначение, условия оказания, могут быть оказаны одним и тем же лицом.

В возражении не содержится доводов относительно несогласия заявителя с установленной однородностью товаров и услуг.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса в отношении однородных товаров 29, 30 классов МКТУ и части услуг 35, 36 классов МКТУ.

Вместе с тем, вышеизложенный анализ показал, что заявленному обозначению может быть предоставлена правовая охрана в отношении всех испрашиваемых товаров 31 класса МКТУ и части услуг 35 класса МКТУ.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 07.01.2024, изменить решение Роспатента от 08.09.2023. зарегистрировать товарный знак по заявке №2022783021.**