

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 марта 2014 г. № 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 30.12.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Умный ритейл», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2025740459 при этом установила следующее.



Обозначение « **Квикки** » по заявке №2025740459 подано 18.04.2025 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 03, 09, 16, 18, 21, 25, 26, 28, 29, 30, 32, 35, 39, 41 классов МКТУ.

Роспатентом 16.09.2025 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2025740459 в отношении всех изначально заявленных

товаров/ услуг 05, 09, 16, 18, 21, 26, 28, 39 классов МКТУ, а в отношении остальной части товаров 05, 09 классов МКТУ и всех товаров и услуг 03, 25, 29, 30, 32, 35, 41 классов МКТУ установлено несоответствие требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса.

В результате проведения экспертизы заявленного обозначения выявлена сходная до степени смешения серия товарных знаков (знаков обслуживания):

Kvikk

[1] - « **Kvikk** » (номер регистрации 1014489 с приоритетом от 09.09.2022) на Общество с ограниченной ответственностью «Статус», 400002, Волгоградская область, г. Волгоград, ул. им. Качуевской, 6, в отношении товаров и услуг 03, 04, 05 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 03, 05 классов МКТУ;



[2] - « **КВИКИ ПАРК** » (номер регистрации 668453 с приоритетом от 16.08.2017) на Общество с ограниченной ответственностью ""Гримм парк"", 628416, Ханты-Мансийский Автономный округ - Югра, г. Сургут, пр-т Ленина, д. 43, в отношении товаров и услуг 41 класса МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 41 класса МКТУ;

K V i k i S h o p
A FASHION BOUTIQUE

[3] - « **K V i k i S h o p** » (номер регистрации 627474 с приоритетом от 05.07.2016) на Сайпушева Виктория Георгиевна, 450511, Республика Башкортостан, Уфимский р-н, с. Михайловка, ул. Промышленная, 4, кв. 23, в отношении товаров и услуг 25, 35, 40 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 25, 35 классов МКТУ;

[4] - с товарным знаком «QUICKY» (номер регистрации 700439 с приоритетом от 27.08.1998) на Hermann Schmocker, Burggrabenstrasse 12 CH-8289 Kreuzlingen, в

отношении товаров и услуг 25, 32, 33 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 25, 32 классов МКТУ;



[5] - «**QUICKY**» (номер регистрации 677445 с приоритетом от 21.01.1997) на Société des Produits Nestlé S.A., CH-1800 Vevey, в отношении товаров и услуг 29, 30, 32 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 29, 30, 32 классов МКТУ;

[6] - «**KWIKY**» (номер регистрации 1764026 с приоритетом от 11.07.2023) на ICF Technology, Inc., 800 Stewart Street Seattle WA 98101, в отношении товаров и услуг 09, 38, 41, 42 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 09, 41 классов МКТУ.

В связи с изложенным заявленное, обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг 03, 05, 09, 25, 29, 30, 32, 35, 41 классов МКТУ, на основании положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 30.12.2025 поступило возражение на решение Роспатента.

Заявитель оспаривает решение Роспатента в отношении части товаров 09 класса МКТУ, а именно *«игры электронные загружаемые; контент цифровой загружаемый в виде видео; контент мультимедийный загружаемый; контент медийный загружаемый; обеспечение программное для компьютеров, записанное; платформы программные, записанные или загружаемые; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; приложения мобильные загружаемые; программы для компьютеров, записанные: программы*

компьютерные, загружаемые; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые», а также всех товаров 25 и услуг 35, 41 классов МКТУ.

В остальной части решение Роспатента не оспаривается.

По мнению заявителя, доминирующим элементом в заявленном обозначении является изобразительный элемент, который не воспроизводится ни в одном из противопоставленных товарных знаков, вследствие чего сопоставляемые обозначения не ассоциируются друг с другом. Словесный элемент не может быть признан сильным, по мнению заявителя, так как при общем зрительном восприятии все внимание концентрируется на изобразительном элементе.

В возражении приведены примеры из практики административного и судебных органов, когда изобразительный элемент признавался доминирующим в обозначении, а именно: решение Роспатента от 02.06.2025 по заявке №2023810811, решение Роспатента от 25.06.2025 по заявке № 2015718349, Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 04.06.2020 по делу № СИП-770/2019.

Согласно доводам заявителя, знак по международной регистрации №700439 был противопоставлен экспертизой ошибочно. Согласно сведениям из официального реестра ВОИС, 25 и 32 классы МКТУ были исключены из перечня товаров, так как 09.03.2007 вступило в силу решение о признании товарного знака недействительным в отношении всех товаров, кроме товаров 33 класса МКТУ: «вино, крепкие спиртные напитки, ликеры».

В отношении противопоставленного словесного товарного знака «Kvikishop» заявитель привел доводы об отсутствии фонетического и графического сходства.

На основе вышеизложенного выражена просьба изменить решение Роспатента от 16.09.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2025740459 в отношении указанной части товаров 09 класса МКТУ, всех товаров и услуг 25, 35, 41 классов МКТУ.

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

С учетом даты (18.04.2025) поступления заявки №2025740459 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 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015.

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.

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

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

В соответствии с пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

- 1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по

отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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

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

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

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.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение



« Квикки » по заявке №2025740459 с приоритетом от 18.04.2025 состоит из

словесного элемента «КВИККИ», выполненных буквами русского алфавита, а также из изображения стилизованного персонажа лягушки. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров и услуг 09, 25, 35, 41 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [1] - «**Kvikk**» по свидетельству 1014489 с приоритетом от 09.09.2022, выполнен буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 03, 04, 05 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак [2] - «**КВИКИ ПАРК**» по свидетельству №668453 с приоритетом от 16.08.2017 состоит из изобразительного элемента в виде вымышленного животного, а также словесных элементов «КВИКИ ПАРК», выполненных буквами русского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении услуг 41 класса МКТУ с указанием элемента «ПАРК» в качестве неохраняемого в белом, черном, оттенках фиолетового, малинового, бежевого, оранжевого, голубого, розового, желтого цветовых сочетаниях.

K V i k i S h o p
A FASHION BOUTIQUE

Противопоставленный товарный знак [3] «**K V i k i S h o p**
A FASHION BOUTIQUE» по свидетельству №627474 с приоритетом от 05.07.2016 выполнен буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 25, 35, 40 классов МКТУ с указанием элементов "A fashion boutique" в качестве неохраняемых.

Противопоставленный товарный знак [4] «**QUICKY**» по международной регистрации №700439 с приоритетом от 27.08.1998 выполнен буквами латинского алфавита. Правовая охрана на территории Российской Федерации действует в отношении товаров 33 класса МКТУ в соответствии с ограничением,

зарегистрированным 13.01.2022, сведения о чем опубликованы в официальном бюллетене МБ ВОИС – Gazette 2021/52.



QUICKY

Противопоставленный товарный знак [5] - «**QUICKY**» по международной регистрации №677445 с приоритетом от 21.01.1997 состоит из словесного элемента «**QUICKY**», выполненного буквами латинского алфавита, а также из изображения стилизованного зайца. Правовая охрана на территории Российской Федерации действует в отношении товаров и услуг 29, 30, 32 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [6] - «**KWIKY**» по международной регистрации №1764026 с приоритетом от 11.07.2023 выполнен буквами латинского алфавита. Правовая охрана на территории Российской Федерации действует в отношении товаров и услуг 09, 38, 41, 42 классов МКТУ.

Принимая во внимание тот факт, что требования по возражению касаются части товаров 09 и всех товаров и услуг 25, 35, 41 классов МКТУ, часть противопоставлений [1, 5] не подлежит повторному анализу, так как они были указаны в качестве препятствий в отношении товаров и услуг, неоднородных испрашиваемым.

Что касается противопоставленной международной регистрации [4], то данное противопоставление не подлежит дальнейшему анализу, так как его правовая охрана на территории Российской Федерации ограничена исключительно товарами 33 класса МКТУ, которым неоднородны испрашиваемые товары и услуги 09, 25, 35, 41 классов МКТУ.

С учетом сказанного сопоставлению подлежит заявленное обозначение



« Квикки » и противопоставленные товарные знаки [2] «  », [3]

K V i k i S h o p

A FASHION BOUTIQUE

« », [6] «KWIKY».

Анализ обозначения по заявке №2025740459 на соответствие требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Обращение к противопоставленным в возражении товарным знакам показало, что знаки [3,6] являются словесными, поэтому могут быть сопоставлены исключительно по словесному элементу.

Противопоставленный товарный знак [6] «KWIKY», состоящий из единственного словесного элемента, фонетически полностью входит в состав заявленного обозначения, так как словесные элементы «KWIKY» и «КВИККИ» произносятся тождественным образом как «КВИКИ», совпадает последовательность гласных и согласных звуков.


С точки зрения семантики, сопоставляемые словесные элементы лишены словарного значения, следовательно, данный критерий не подлежит применению.

Графически сопоставляемые словесные элементы выполнены буквами разного алфавита, однако способны восприниматься в качестве транслитерации символами разных алфавитов одного и того же слова.

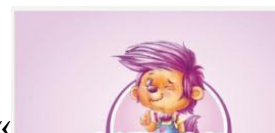
Таким образом, в отсутствии в противопоставленном товарном [6] знаке каких-либо дополнительных элементов, фонетическое тождество словесных элементов приводит к выводу о высокой степени сходства обозначений в целом, несмотря на присутствие в заявленном обозначении дополнительного изобразительного элемента.


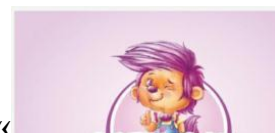
В противопоставленном товарном знаке [3] «**КВИКШИП**» элемент «**КВИКШИП**» является охраняемым элементом, подлежащем сопоставлению со словесным элементом «**КВИККИ**» заявленного обозначения. Словесный элемент «**КВИКШИП**», несмотря на слитное написание, фонетически разделяется на индивидуализирующую часть слова «**КВИК**» и описательную часть «**ШИП**», указывающую на деятельность по реализации. Совпадение фонетического ряда в части «**КВИК**» слова «**КВИКШИП**» и словесного элемента «**КВИККИ**» заявленного обозначения приводит к сходству сопоставляемых словесных элементов в целом. Семантический критерий не подлежит применению за счет отсутствия словарного значения сопоставляемых слов, а графически сопоставляемые словесные элементы воспринимаются как транслитерация друг друга с добавлением указания на деятельность в области торговли.



Противопоставленный товарный знак [2] «» является комбинированным, поэтому подлежит сопоставлению как по словесным элементам, так и по изобразительным элементам.

Словесные элементы сопоставляемых обозначений являются фонетически тождественными, графически сходными, так как отличаются наличием/отсутствием удвоенной согласной «К» - «**КВИККИ**» и «**КВИКИ**». Словесные элементы в высокой степени сходны, близки к тождеству.



Изобразительные элементы «» и «» не обладают признаками сходства, так как не совпадают по содержанию, на них изображены разные животные (лягушка и еж), отсутствуют признаки симметрии, совпадающих или сходных форм внешних контуров изображений, используемые цветовые

сочетания также не повторяются. Вместе с тем, при использовании индивидуализирующего слова, близкого к тождеству, смена персонажей может восприниматься потребителями как ребрендинг или дополнение серии знаков одного и того же лица, поэтому отличия в изобразительных элементах не приводят к выводу о несходстве сопоставляемых обозначений.

Таким образом, заявленное обозначение в целом в высокой степени сходно с противопоставленными товарными знаками [3, 6], являющимися словесными, за счет фонетического сходства словесных элементов, а также с противопоставленным товарным знаком [2], являющимся комбинированным, за счет сходства их словесных элементов.

Анализ однородности товаров и услуг 09, 25, 35, 41 классов МКТУ, для которых испрашивается регистрация обозначения по заявке №2025740459, и товаров/услуг, в отношении которых предоставлена правовая охрана противопоставленным товарным знакам [2, 3, 6], показал следующее.

Испрашиваемые в рамках возражения товары 09 класса МКТУ *«игры электронные загружаемые; контент цифровой загружаемый в виде видео; контент мультимедийный загружаемый; контент медийный загружаемый; обеспечение программное для компьютеров, записанное; платформы программные, записанные или загружаемые; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; приложения мобильные загружаемые; программы для компьютеров, записанные: программы компьютерные, загружаемые; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые»* представляют собой программные продукты, в силу чего являются однородными товарам 09 класса МКТУ *«Downloadable software for the collection, editing, organizing, modifying, transmission, storage and sharing of data and information; downloadable software for use as an application programming interface (API); downloadable software for providing a video sharing portal, namely, a web site featuring temporary use of non-downloadable software allowing web site users to upload on-line videos for sharing with others for entertainment purposes; downloadable software for enabling uploading, downloading, accessing, producing, capturing, posting, showing, editing, playing, streaming, linking,*

viewing, previewing, displaying, tagging, blogging, sharing, manipulating, distributing, publishing and reproducing electronic media, multimedia content, videos, movies, pictures, images, text, photos, user-generated content, audio content, and information via the Internet and other communications networks; downloadable software for enabling sharing of multimedia content and comments among users; downloadable software for enabling content providers to track multimedia content; downloadable analytics software, namely, downloadable software for calculating and reporting statistics about the behavior of viewers of online videos, movies, pictures, images, text, photos, games, and other user generated content (Загружаемое программное обеспечение для сбора, редактирования, организации, модификации, передачи, хранения и обмена данными и информацией; загружаемое программное обеспечение для использования в качестве интерфейса прикладного программирования (API); загружаемое программное обеспечение для предоставления портала для обмена видео, а именно веб-сайта, предоставляющего возможность временного использования не загружаемого программного обеспечения, позволяющего пользователям веб-сайта загружать онлайн-видео для обмена с другими в развлекательных целях; загружаемое программное обеспечение, позволяющее загружать, скачивать, получать доступ, создавать, захватывать, публиковать, показывать, редактировать, воспроизводить, транслировать, создавать ссылки, просматривать, предварительно просматривать, отображать, помечать тегами, вести блоги, обмениваться, манипулировать, распространять, публиковать и воспроизводить электронные носители, мультимедийный контент, видео, фильмы, изображения, текст, фотографии, пользовательский контент, аудиоконтент и информацию через Интернет и другие сети связи; загружаемое программное обеспечение, позволяющее обмениваться мультимедийным контентом и комментариями между пользователями; загружаемое программное обеспечение, позволяющее поставщикам контента отслеживать мультимедийный контент; Загружаемое аналитическое программное обеспечение, а именно, загружаемое программное обеспечение для расчета и составления отчетов по статистике поведения зрителей онлайн-видео, фильмов, изображений, текста, фотографий,

игр и другого пользовательского контента» противопоставленного знака по международной регистрации [6], так как сравниваемые товары в части совпадают, а в остальной части характеризуются отнесением к одному и тому же роду «компьютерные программы», совпадением свойств, источника происхождения и круга потребителей.

Товары 25 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация, включают в себя предметы одежды, обуви и головных уборов, являясь однородными товарам 25 класса МКТУ *«банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; ботинки; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; воротники съемные; воротники; пелерины [одежда]; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши [теплые носочно-чулочные изделия]; гетры; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; кальсоны [одежда]; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; козырьки [головные уборы]; козырьки для фуражек; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; леггинсы [штаны]; ливреи; лифы; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для сна (одежда); меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; набойки для обуви; нагрудники детские, за исключением бумажных; накидки меховые; наушники [одежда]; носки; обувь пляжная; обувь спортивная; обувь; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда кожаная; одежда форменная; одежда; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки*

шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; плащи непромокаемые; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы; подтяжки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса-кошельки [одежда]; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; саронги; сарафаны; сари; свитера; союзки для обуви; стельки; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли гимнастические; туфли комнатные; туфли; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; футболки; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки [головные уборы]; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [одежда]; штрипки; шубы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты», так как представляют собой предметы одного и того же рода, свойств и назначения.

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ «демонстрация товаров, в том числе в рекламных целях; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; маркетинг; маркетинг целевой; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; продвижение товаров через лидеров мнений; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; распространение образцов; распространение рекламных материалов; реклама; телемаркетинг; управление

процессами обработки заказов товаров; услуги по розничной продаже товаров через мобильное приложение; услуги по продвижению в форме интерактивных развлечений; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» представляют собой услуги продвижения и реализации товаров, в то время как услуги 35 класса МКТУ противопоставленного знака [3] «агентства по импорту-экспорту; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи; оптовая и/или розничная продажа в специализированных магазинах одежды, обуви, головных уборов; оптовая и/или розничная продажа через специализированные Интернет-магазины одежды, обуви, головных уборов; оптовая и/или розничная продажа в специализированных магазинах и/или через специализированные Интернет-магазины товаров 25 класса; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; сбор информации в компьютерных базах данных; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» относятся к тем же родовым группам, а часть сопоставляемых услуг полностью совпадает.

Испрашиваемые услуги 41 класса МКТУ «организация и проведение развлекательных мероприятий; организация и проведение фестивалей; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация и проведение мастер-классов [обучение]; передачи развлекательные телевизионные; постановка шоу; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление онлайн-изображений, не загружаемых; предоставление онлайн-комиксов, незагружаемых; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; предоставление онлайн-игр; производство подкастов; производство развлечений в прямом эфире; публикация текстовых

материалов, за исключением рекламных; услуги развлекательные; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; шоу-программы» представляют собой развлекательные и образовательные услуги. Указанные услуги являются тождественными услугам 41 класса МКТУ противопоставленного знака [2], а все заявленные услуги, связанные с развлечением однородны услугам 41 класса МКТУ «*Entertainment services, namely, providing an online interactive database of videos and user generated content containing digital images, photos, text, graphics, music, audio, video clips, multimedia content, and visual and audio performances; providing music videos over the internet or other communications networks; providing computer, electronic and online databases in the field of entertainment; publication of electronic journals and web logs featuring user generated or specified content; entertainment services, namely, providing audio clips, video clips, musical performances, musical videos, film clips, photographs, and related entertainment information in the field of adult entertainment via a website; providing entertainment via streaming videos in the fields of electronic media, multimedia broadcasting, videos, movies, pictures, photos, creating user-generated content, audio content and related information* (Развлекательные услуги, а именно: предоставление интерактивной онлайн-базы данных видеороликов и пользовательского контента, содержащей цифровые изображения, фотографии, текст, графику, музыку, аудио, видеоклипы, мультимедийный контент, а также визуальные и аудиовыступления; предоставление музыкальных видеоклипов через Интернет или другие сети связи; предоставление компьютерных, электронных и онлайн-баз данных в сфере развлечений; публикация электронных журналов и веб-блогов, содержащих пользовательский или заданный пользователем контент; развлекательные услуги, а именно: предоставление аудиоклипов, видеоклипов, музыкальных выступлений, музыкальных видеоклипов, фрагментов фильмов, фотографий и связанной с ними развлекательной информации в сфере развлечений для взрослых через веб-сайт; предоставление развлечений посредством потокового видео в области электронных СМИ, мультимедийного вещания, видео, фильмов, изображений, фотографий,

создание пользовательского контента, аудиоконтента и связанной с ним информации)» знака по международной регистрации [6].

Таким образом, обозначение по заявке №2025740459 в высокой степени сходно с противопоставленными товарными знаками [2, 3, 6], а заявленные товары и услуги в части тождественны, а в остальной части в высокой степени однородны, что позволяет сделать вывод о вероятности смешения сопоставляемых обозначений. С учетом изложенного обозначение по заявке №2025740459 не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении испрашиваемых товаров и услуг 09, 25, 35, 41 классов МКТУ.

Следовательно, выводы оспариваемого решения Роспатента о несоответствии обозначения по заявке №2025740459 требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса является правомерными.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 30.12.2025, оставить в силе решение Роспатента от 16.09.2025.