


**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 06.06.2024, поданное Индивидуальным предпринимателем Грибановым С.А., Свердловская обл., г. Екатеринбург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023827477 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2023827477, поданной 21.12.2023, испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 06, 07, 10, 11, 12, 19, 20, услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение  
«».

Роспатентом 08.02.2024 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023827477 в отношении товаров 06, 07, 11, 12 (часть), 19, 20 классов МКТУ, указанных в перечне.

Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение (1) в отношении другой части товаров 12 класса МКТУ, а также всех товаров 10 и всех услуг 35 классов МКТУ не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, так как сходно до степени смешения со следующими товарными знаками:

- « **SUPPORT** » (2), зарегистрированным ранее по свидетельству № 942095 с приоритетом от 28.11.2022 г. на имя Пак Татьяны Альбертовны, 184580, Мурманская область, р-н Лавозерский, п.г.т. Ревда, ул. Победы, 33, кв. 110, в отношении товаров 12 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 12 класса МКТУ;



- « **VTC SUPPORT** » (3), зарегистрированным ранее по свидетельству № 766881 с приоритетом от 21.01.2020 г. на имя Цзянсу Цзюйнэн Спортс Гудс Текнолоджи Ко., Лтд., Сяоджи Таун Индастриал Зоун, Цзянду Дистрикт, Янчжоу Сити, Цзянсу Провинс, КИТАЙ, в отношении товаров 10 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 10 класса МКТУ;

- « **LMA SUPPORT** » (4), зарегистрированным ранее по свидетельству № 713940 с приоритетом от 30.10.2018 г. на имя ООО "ЭлЭмЭй Саппорт", 125635, Москва, улица Базовская, 15, корпус 2, квартира 18, в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- « **LP SUPPORT** » (5), зарегистрированным ранее по свидетельству № 601885,



« **LP SUPPORT** » (6), зарегистрированным ранее по свидетельству № 583810 с приоритетом от 18.12.2015г., 08.10.2014 г. на имя Ла Поинтик Интернешнл Лтд., Лтд., 825 ВАН НЕСС ЭЙВ СТЕ 602, САН ФРАНЦИСКО, СА 94109, Соединенные Штаты Америки, в отношении товаров и услуг 10,35 классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 10 и услугам 35 классов МКТУ;

- « **Сапорт** » (7), зарегистрированным ранее по свидетельству № 558438 с приоритетом от 18.07.2014 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью "НАГ", 620110, Свердловская область, г.о. г. Екатеринбург, г. Екатеринбург, ул. Краснолесья, стр. 12А, этаж 4, в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 06.06.2024 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 08.02.2024.

Доводы возражения, поступившего 06.06.2024, сводятся к следующему:

- правообладателем противопоставленных знаков (5,6) предоставлено письмо-согласие в отношении части товаров 10 и части услуг 35 классов МКТУ. Услуги 35 класса МКТУ *«услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями»* исключены из перечня письма-согласия;
- правообладателем противопоставленного знака (7) предоставлено письмо-согласие в отношении всех услуг 35 класса МКТУ;
- заявитель оспаривает сходство заявленного обозначения (1) и противопоставленных товарных знаков (3,4) и приходит к выводу, что они обладают средней степенью сходства;
- заявитель обращает внимание на частичное фонетическое сходство сравниваемых обозначений (1) и (3,4), при этом словесный элемент «САППОРТ» заявленного обозначения (1) выполнен буквами кириллического алфавита, ударение не фиксировано, может падать на любой слог. Противопоставленные знаки (3,4) выполнены буквами латинского алфавита и содержат также элементы «VTG», «LMA», при этом ударения в словах «SUPPORT» падают на второй слог;
- сравниваемые обозначения (1) и (3,4) не сходны визуально, поскольку различаются по зрительному впечатлению, словесные элементы выполнены буквами разных алфавитов, при этом противопоставленные знаки (3,4) содержат элементы «VTG» (является оригинальным, занимает доминирующее положение), «LMA» (является первым для восприятия);
- элемент «САППОРТ» заявленного обозначения (1) отсутствует в словарях, в то время как элемент «SUPPORT» противопоставленных знаков (3,4) переводится на русский язык с английского языка как «поддерживать, склоняться, подтверждать» и т.п.;
- исходя из того, что заявитель заявлял обозначение на регистрацию в отношении товаров 10 класса МКТУ, предназначенных для лиц с ограниченными возможностями, то можно предположить, что заявленное обозначение «САППОРТ» используется в одном из указанных значений - «поддержка», «помощь», «опора». Это

подтверждается также расположением изобразительных элементов: человечки как будто «поддерживают» буквы;

- не представляется возможным расшифровать аббревиатуру «VTG», тем более предоставить перевод на русский язык. В англо-русских словарях есть несколько расшифровок аббревиатур (например: Virtual Technology Getaway, Volume of Thoracic gas, varactor-tuned generator), но они относятся к техническим сферам применения;

- в противопоставленный товарный знак (4) заложена семантика «Юридический Маркетинговый Учет». Словесный элемент «SUPPORT» переводится на русский язык как «поддержка». Дословный перевод всех словесных элементов – «Поддержка по юридическому маркетинговому учету»;

- сравниваемый перечень товаров 10 класса МКТУ не является однородным (приведена сравнительная таблица исходя из разных групп товаров), несмотря на их относимость к одному классу. Круг потребителей товаров 10 класса МКТУ по заявке № 2023827477 и противопоставленному товарному знаку (3) разный, поскольку назначение/сфера применения товаров разная. Товары 10 класса МКТУ по заявке № 2023827477 предназначены для людей с ограниченными возможностями, в то время как товары 10 класса МКТУ по противопоставленному товарному знаку (3) предназначены для оказания медицинской помощи в медицинских учреждениях и профилактики и/или лечения несложных заболеваний. Более того, товары 10 класса МКТУ по заявке № 2023827477 продаются в специализированных магазинах (Медтехника) или изготавливаются на заказ;

- часть товаров 10 класса МКТУ товарного знака (3), а именно товары, принадлежащие к группам «10.13 Изделия, поддерживающие и фиксирующие лечебные (10.13.01 бандажи и пояса медицинские)», «10.15 Изделия санитарно-гигиенические медицинские», «10.13 Изделия, поддерживающие и фиксирующие лечебные (10.13.04 изделия компрессионные)» могут продаваться в аптеках, ортопедических магазинах, спортивных магазинах, а также на платформах электронной коммерции (Озон и т.п.). Остальная часть товаров 10 класса МКТУ может быть приобретена только у поставщиков, занимающихся поставками медицинских аппаратов, инструментов и т.д.;

- заявленные товары 10 класса МКТУ предназначены для людей с ограниченными возможностями. На основании этого можно сделать вывод, что товары для людей с ограниченными возможностями являются дорогостоящими по сравнению с товарами 10 класса МКТУ по противопоставленному товарному знаку (3);

- заявленное обозначение (1) и указанный товарный знак (3) не могут быть признаны сходными до степени смешения ввиду отсутствия однородности товаров 10 класса МКТУ, а также средней степени сходства обозначений.

В подтверждение своих доводов заявителем представлены следующие документы:

- скан-копия письма-согласия от правообладателя ООО «НАГ» по товарному знаку № 558438 от 26.03.2024 г. и оригинал - (8);

- скан-копия письма-согласия от правообладателя «Ла Поинтик Интернешнл Лтд.» по товарным знакам № 601885 и № 583810 от 01.06.2024 г. и оригиналы - (9).

На основании изложенного в возражении, поступившем 06.06.2024, содержится просьба об изменении решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения (1) в качестве товарного знака в отношении заявленного перечня товаров 10 класса МКТУ *«надувные матрасы для медицинских целей; подъемники для перемещения пациентов; подушки для медицинских целей; подушки для предотвращения образования пролежней; надувные подушки для медицинских целей; подушки от бессонницы; ходунки на колесиках; поддерживающие ходунки для людей с ограниченными возможностями; костыли; медицинские трости; трости с квадратной опорой для медицинских целей; носилки для пациентов; носилки на колесиках для пациентов; туалеты; простыни для недержания мочи; водяные кровати для медицинских целей; надувные кровати для медицинских целей; кровати, специально приспособленные для медицинских целей»* и услуг 35 класса МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 06.06.2024, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (21.12.2023) заявки № 2023827477 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения (1) включает в себя 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с абзацем 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в настоящем пункте, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

Согласно пункту 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 требованиям пункта 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.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

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

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

В соответствии с пунктом 46 Правил согласие правообладателя составляется в письменной произвольной форме и представляется в подлиннике для приобщения к документам заявки. В этом же пункте указаны сведения, наличие которых проверяется при рассмотрении письма-согласия.


Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение «**САППОРТ**» является комбинированным, выполнено оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита, а также содержит изобразительные элементы в виде стилизованного изображения человечков, поддерживающих первую и последнюю буквы слова «САППОРТ». Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении ограниченного перечня товаров 10 класса МКТУ *«надувные матрасы для медицинских целей; подъемники для перемещения пациентов; подушки для медицинских целей; подушки для предотвращения образования пролежней; надувные подушки для медицинских целей; подушки от бессонницы; ходунки на колесиках; поддерживающие ходунки для людей с ограниченными возможностями; костыли; медицинские трости; трости с квадратной опорой для медицинских целей; носилки для пациентов; носилки на колесиках для пациентов; туалеты; простыни для недержания мочи; водяные кровати для медицинских целей; надувные кровати для медицинских целей; кровати, специально приспособленные для медицинских целей»* и услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

В отношении несоответствия заявленного обозначения (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Решение Роспатента от 08.02.2024 оспаривается заявителем только в отношении товаров 10 и услуг 35 классов МКТУ. В связи с чем, анализ товарного знака (2), противопоставленного экспертизой в отношении товаров 12 класса МКТУ, не целесообразен.

В качестве противопоставлений в отношении товаров 10 и услуг 35 классов МКТУ в заключении по результатам экспертизы приведены следующие товарные знаки:



- «  » (3) по свидетельству № 766881 с приоритетом от 21.01.2020 г. Правообладатель: Цзянсу Цзюйнэн Спортс Гудс Текнолоджи Ко., Лтд., Сяоджи Таун Индастриал Зоун, Цзянду Дистрикт, Янчжоу Сити, Цзянсу Провинс, КИТАЙ. Правовая охрана товарного знака (3) действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 10 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- «**LMA SUPPORT**» (4) по свидетельству № 713940 с приоритетом от 30.10.2018 г. Правообладатель: ООО "ЭлЭмЭй Саппорт", Москва. Правовая охрана товарного знака (4) действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- «**LP SUPPORT**» (5) по свидетельству № 601885, «**LP SUPPORT**» (6) по свидетельству № 583810 с приоритетами от 18.12.2015г., 08.10.2014 г. Правообладатель: «Поинтик Интернешнл Лтд., Лтд.», Соединенные Штаты Америки. Правовая охрана товарного знака (5) действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 10, услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельств;

- «**Сапорт**» (7) по свидетельству № 558438 с приоритетом от 18.07.2014 г. Правообладатель: ООО "НАГ", г. Екатеринбург. Правовая охрана товарного знака (7) действовала на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в свидетельстве. Срок действия товарного знака (7) истек 18.07.2024 г. В соответствии с пунктом 2 статьи 1491 Кодекса срок действия исключительного права на товарный знак может быть продлен по заявлению правообладателя, поданному в течение последнего года действия этого права. По ходатайству правообладателя ему может быть предоставлено шесть месяцев по истечении срока действия исключительного права для подачи указанного заявления. Таким образом, льготный шестимесячный срок, предусмотренный законодательством, для продления срока действия исключительного права на товарный знак (7) истекает 18.01.2025 г.

В комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом является словесный элемент, так как он легче запоминается, чем изобразительный, и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения. Таким образом, элемент «SUPPORT» оказывает влияние на индивидуализирующую способность противопоставленных товарных знаков (3,4,6).

В отношении анализа сравниваемых обозначений на предмет установления их сходства коллегия отмечает следующее.

Сходство заявленного обозначения (1) и противопоставленных товарных знаков (3-7) обусловлено фонетическим тождеством словесных элементов «САППОРТ» / «SUPPORT» / «Сапорт», в которых полностью совпадают гласные и согласные звуки, расположенные в одинаковом порядке.

Сопоставительный анализ сравниваемых словесных товарных знаков по семантическому критерию сходства показал следующее. Противопоставленные знаки (3-6) согласно словарю (<https://translate.yandex.ru/dictionary/Английский-Русский/support?ysclid=lzua9vkffj622613880>) означают: «поддержка, сопровождение, помощь». В то время как заявленное обозначение (1) не имеет значения в русском языке. В связи с чем, сравнительный анализ по семантическому критерию сходства не представляется возможным.

Визуально сравниваемые обозначения (1) и (3-6) имеют разное зрительное впечатление, обусловленное использованием при написании словесных элементов букв разных алфавитов, наличием разных изобразительных элементов, в том числе «VTG», «LMA». Обозначения (1) и (7) визуально близки ввиду использования при их написании букв русского алфавита.

Таким образом, заявленное обозначение (1) и противопоставленные товарные знаки (3-7) ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Вместе с тем, как показал анализ материалов возражения, правообладателем противопоставленных знаков (5,6) предоставлено письмо-согласие (9) в отношении ограниченного перечня товаров 10 класса МКТУ и части услуг 35 классов МКТУ (за исключением услуг 35 класса МКТУ *«услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями»*). Правообладателем противопоставленного знака (7) также было предоставлено письмо-согласие (8) в отношении всех услуг 35 класса МКТУ.

Представленные документы свидетельствуют об отсутствии столкновения интересов заявителя и правообладателей противопоставленных товарных знаков (5-7) в гражданском обороте на российском потребительском рынке товаров 10 и части услуг 35 класса МКТУ. С учетом того, что указанные сравниваемые обозначения (1) и (5-7) не являются тождественными (имеются различия визуального характера) и отсутствуют доказательства, свидетельствующие о фактическом введении

потребителей в заблуждение, у коллегии имеются правовые основания для принятия указанных писем-согласий.

Вместе с тем, в отношении товарных знаков (3,4), противопоставленных экспертизой в отношении товаров 10 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, а также товарных знаков (5,6), противопоставленных экспертизой в отношении остальной части услуг 35 класса МКТУ, коллегия отмечает следующее.

Сходство обозначений связано с однородностью товаров и услуг, в отношении которых обозначения заявлены (зарегистрированы). Как известно, чем сильнее сходство обозначений, тем выше опасность смешения товаров и услуг и, следовательно, шире диапазон товаров и услуг, которые могут рассматриваться как однородные. Поскольку сравниваемые обозначения тождественны, опасность смешения однородных услуг возрастает и увеличивается диапазон услуг, которые могут рассматриваться как однородные.

В соответствии с пунктом 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" «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». Таким образом, с учетом фонетического тождества сравниваемых обозначений усиливается вероятность их смешения.

Анализ однородности сравниваемых товаров 10 и услуг 35 класса МКТУ, показал следующее.

Заявленные товары 10 класса МКТУ *«надувные матрасы для медицинских целей; подъемники для перемещения пациентов; подушки для медицинских целей; подушки для предотвращения образования пролежней; надувные подушки для медицинских целей; подушки от бессонницы; ходунки на колесиках; поддерживающие ходунки для людей с ограниченными возможностями; костыли; медицинские трости; трости с квадратной опорой для медицинских целей; носилки для пациентов; носилки на колесиках для пациентов; туалеты; простыни для недержания мочи; водяные кровати для медицинских целей; надувные кровати для медицинских целей; кровати, специально приспособленные для медицинских целей»* представляют собой

изделия медицинского назначения и являются сопутствующими, либо совместно встречаются в гражданском обороте с товарами 10 класса МКТУ «аппаратура для функционального восстановления тела для медицинских целей; аппараты ортопедические; бандажи эластичные; изделия чулочно-носочные медицинские; наколенники ортопедические; обувь ортопедическая; опоры, используемые при плоскостопии; повязки для суставов ортопедические; повязки поддерживающие; пояса ортопедические; приборы и инструменты медицинские; пузыри со льдом для медицинских целей; разделители для пальцев ног ортопедические; стельки ортопедические; супинаторы для обуви; чулки эластичные хирургические; шины хирургические» противопоставленного товарного знака (З), при этом имеют одинаковое медицинское назначение и связаны с лечением, восстановлением здоровья, имеют одинаковый круг потребителей (пациенты, нуждающиеся в лечении, восстановлении здоровья, в том числе с учетом ортопедии), являются взаимодополняемыми, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация

выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; 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 офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников;

управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; 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 составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» и услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата

сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление 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 [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; 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; согласование деловых контрактов для

третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные <оплата за клик>; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая» **противопоставленного товарного знака (4) идентичны, либо соотносятся как род (вид) («продвижение товаров и услуг» / «услуги в области рекламы» / «конторские и бухгалтерские услуги» / «бизнес-услуги и административная деятельность»)**, имеют общее назначение, круг потребителей, обладают совместной встречаемостью в гражданском обороте, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности и заявителем не оспаривается.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями» и услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; услуги посредников для локальных и зарубежных поставщиков, а именно оказание содействия при проведении торгов, конкурсных предложений и продаже различных товаров; закупка и обеспечение предпринимателей товарами [услуги снабженческие для третьих лиц]; аукционы; аукционы, проводимые в режиме онлайн; услуги супермаркетов, услуги торговых центров по продаже



*товаров; услуги почтовых заказов; услуги телемагазинов по продаже товаров; услуги розничной продажи, оказываемые онлайн (электронная продажа); розничная продажа спортивной экипировки, медицинского оборудования, спортивного оборудования, медицинских приспособлений и одежды для спорта»* противопоставленного знака (б) относятся к продажам, то есть соотносятся как род (вид), имеют общее назначение (для осуществления реализации и сбыта), общий круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Изложенное обуславливает принципиальную возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности сравниваемых товаров 10 и услуг 35 классов МКТУ одному лицу.

На основании проведенного анализа коллегия пришла к заключению о том, что заявленное обозначение (1) и противопоставленные товарные знаки являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров 10 и услуг 35 классов МКТУ.

Таким образом, имеющиеся в деле письма-согласия (8,9) от правообладателей противопоставленных товарных знаков (5-7) не опровергают вышеизложенные выводы коллегии ввиду иных вышеуказанных сходных противопоставлений в отношении однородных товаров 10 и услуг 35 классов МКТУ.

Следовательно, вывод, сделанный в заключении по результатам экспертизы, о несоответствии заявленного обозначения в отношении товаров 10 и услуг 35 классов МКТУ требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса является правомерным.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 06.06.2024, оставить в силе решение Роспатента от 08.02.2024.**