

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 20.05.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "СИА", Самара (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022775277, при этом установила следующее.

Заявка №2022775277 на регистрацию комбинированного обозначения



OSTERIA LORA
ПИЦЦА · ВИНО

«» была подана на имя заявителя 21.10.2022 в отношении услуг 35 и 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 20.07.2023 о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022775277 в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ с указанием словесных элементов «OSTERIA», «пицца», «вино» в качестве неохраняемых элементов обозначения. В отношении другой части заявленных услуг 35 класса МКТУ и всех заявленных услуг 43 класса МКТУ заявленному обозначению было отказано в регистрации в качестве товарного знака, как несоответствующему требованиям пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса (далее – решение Роспатента).

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому входящие в состав заявленного обозначения элементы:

«OSTERIA» (в пер. с ит. - таверна, харчевня, кабачок, см. <https://translate.academic.ru/osteria/xx/ru/>, <https://woordhunt.ru/word/osteria>) является неохранным элементом обозначения на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывает на видовое наименование предприятия, а также на назначение заявленных услуг.


«ПИЦЦА», «ВИНО» также являются неохранными элементами обозначения на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывают на свойства и назначение заявленных услуг.

Также экспертизой отмечено, что заявителем не было представлено документов, на основании которых можно прийти к выводу о том, что заявленным обозначением приобретена различительная способность в отношении заявленных услуг.

Вместе с тем, в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ (менеджмент спортивный; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; управление гостиничным бизнесом), словесный элемент «OSTERIA», и соответственно, заявленное обозначение в целом способно вводить потребителей в заблуждение относительно назначения услуг, в связи с чем заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве знака обслуживания в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ на основании положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с



товарным знаком «  » по свидетельству №915821, приоритет от 22.07.2022г., зарегистрированным на имя Вилкова Ларисы Юрьевны, Пензенская область, г. Кузнецк, в отношении однородных услуг 43 класса МКТУ.

В поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 20.05.2024 возражении на решение Роспатента содержатся следующие доводы заявителя:

- заявитель в ответе на уведомление от 17.07.2023 согласился с выводом экспертизы в части не соответствия заявленного обозначения требования пункта 3 статьи 1483 Кодекса и исключил из перечня испрашиваемых к регистрации услуг 35 класса МКТУ услуги: «менеджмент спортивный; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; управление гостиничным бизнесом».

- словесный элемент «Osteria» является фантазийным для услуг 43 класса МКТУ, так как средний российский потребитель не владеет знаниями итальянского языка. Заявитель в обоснование своей позиции дополнительно приводит результаты исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), проведенного 7 мая 2023 г., исходя из которых в топ-5 языков мирового значения граждане Российской Федерации включили английский (80%), русский (65%), китайский (48%), немецкий (12%) и французский (9%). Больше 2% ответов набрали также испанский (5%) и арабский (2%);

- заявитель указывает, что заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленным товарным знаком. В противопоставленном товарном знаке изобразительный элемент является доминирующим, в то время как в заявленном обозначении не используются дополнительные изобразительные элементы;

- в заявленном обозначении присутствуют не охраняемые словесные элементы «пицца», «вино», данные элементы также обращают на себя внимание потребителей, влияют на общее зрительное восприятие заявленного обозначения;

- словесные элементы заявленного обозначения OSTERIA LORA - попугай таверны является семантически нейтральным к услугам 43 класса МКТУ;

На основании изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении заявленных услуг 43 класса МКТУ.

Заявителем 15.10.2024 было представлено письмо-согласие [1] от правообладателя противопоставленного товарного знака по свидетельству №915821 на регистрацию заявленного обозначения в отношении услуг 35 и 43 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегией было установлено следующее.

С учетом даты подачи (21.10.2022) заявки № 2022775277 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеуказанный 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 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как не охраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Указанные в пункте 34 Правил элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения (пункт 35 Правил).

Положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- приобрели различительную способность в результате их использования;
- состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось

потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

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 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.

В соответствии с положениями пункта 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 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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

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

Графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом


характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание.

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

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).



Заявленное комбинированное обозначение «» по заявке №2022775277 представляет собой прямоугольник бежевого цвета и слова «OSTERIA LORA», «пицца», «вино», выполненные буквами латинского и русского алфавитов. Правовая охрана испрашивалась в отношении услуг 35 и 43 классов МКТУ.

Согласно решению Роспатента от 20.07.2023 заявленному обозначению по заявке №2022775277 была предоставлена правовая охрана в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ, а именно: *«управление бизнесом франшиз; 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 связях с общественностью; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; 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; 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; 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; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; 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 в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков 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 PPC; 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» с указанием словесных элементов «OSTERIA», «пицца», «вино» в качестве неохраняемых элементов обозначения.

Заявитель в своем возражении указал на тот факт, что им была исключена часть услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых было установлено несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, в связи с чем, анализ на соответствие указанной норме не проводится.

Также в своем возражении заявитель не оспаривает неохраноспособность слов «пицца», «вино», установленную в рамках пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, заявитель выражает несогласие относительно вывода Роспатента о неохраноспособности элемента «OSTERIA».

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям, изложенным в пункте 1 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Обзор словарно-справочной литературы (см. <https://translate.google.com/> / <https://academic.ru/>, *Universale dizionario russo-italiano*; Толковый словарь Ефремовой. Т. Ф. Ефремова. 2000.) показал, что слово «OSTERIA» (где: «osteria» в

перевод с итальянского языка на русский язык имеет значение «остерия» - таверна, трактир, кабачок в Италии) прямо указывает на предприятие общественного питания, что является описательным для испрашиваемых услуг 43 класса МКТУ *«закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; украшение еды; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов с едой на вынос»*, указанные услуги либо представляют собой услуги по предоставлению общественного питания, либо являются им сопутствующими.

Для части услуг 35 класса МКТУ *«управление бизнесом франшиз; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; изучение общественного мнения; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; помощь в управлении бизнесом; 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; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов;*

производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; службы консультативные по управлению бизнесом; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», которые относятся к услугам по управлению бизнеса и могут быть связаны непосредственно с ресторанным бизнесом, а также их продвижению и им сопутствующим услугам, словесный элемент «OSTERIA» способен указывать на сферу деятельности, назначение данных услуг.

Таким образом, для вышеуказанных услуг 35 и 43 классов МКТУ обозначение «OSTERIA» не обладает различительной способностью, на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса является неохраноспособным.


Довод заявитель относительно того, что итальянский язык является непопулярным на территории Российской Федерации, в связи с чем, обозначение, выполненное в латинице, способно восприниматься в качестве фантазийного коллегия считает неубедительным. Словесный элемент «OSTERIA» может также восприниматься и как русское слово «остерия», смысл которого будет понятен российскому потребителю. Кроме того, в основу вывода об описательности данного элемента были положены сведения информационно-справочного характера, которые

находятся в свободном доступе, и каждый российский потребитель может обратиться к ним и получить исчерпывающую информацию о значении слова «OSTERIA».

В отношении остальных услуг 35 класса МКТУ обозначение «OSTERIA» является фантазийным, поскольку прямо не указывает на вид, свойства и назначение данных услуг.

В рамках несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса заявленному обозначению был противопоставлен товарный




знак «» по свидетельству №915821, который представляет собой комбинированное обозначение со стилизованными изображениями поварского колпака, ложки и словесным элементом «Лора», выполненным буквами русского алфавита. Правовая охрана товарного знака действует в отношении услуг 43 класса МКТУ.

При анализе материалов дела коллегией были выявлены обстоятельства, которые не могли быть учтены при принятии решения Роспатента от 20.07.2023.

К указанным обстоятельствам относится письменное согласие [1] правообладателя противопоставленного товарного знака по свидетельству №915821



на регистрацию товарного знака «» по заявке №2022775277 на имя заявителя в отношении вышеуказанных услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых было вынесено решение о регистрации согласно решению Роспатента 20.07.2023, а также в отношении услуг 43 класса МКТУ, а именно: *закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; украшение еды; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов с едой на вынос.*

С учетом приведенных в абзаце 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса положений о том, что регистрация товарного знака, сходного до степени смешения с противопоставленным товарным знаком, допускается при наличии согласия их правообладателя, в том случае, если не способна ввести потребителя в заблуждение, необходимо отметить следующее.

Согласно требованиям законодательства, при рассмотрении вопроса регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака с согласия правообладателя противопоставленного товарного знака следует учитывать, что вероятность возникновения смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака существенно возрастает, в частности, в случае, если:

1. заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак имеют степень сходства, приближенную к тождеству;
2. противопоставленный товарный знак широко известен среди потенциальных потребителей товара и ассоциируется с конкретным производителем;
3. противопоставленный товарный знак является коллективным или общеизвестным товарным знаком.

Так, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак не тождественны, имеют отдельные визуальные различия, при этом противопоставленный товарный знак не является коллективным и общеизвестным, кроме того коллегия не имеет сведений о его широкой известности.

Таким образом, наличие письма-согласия от правообладателя противопоставленного товарного знака, возможность предоставления которого предусмотрена положениями абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, при отсутствии введения потребителя в заблуждение, позволяет снять указанное противопоставление и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022775277 в отношении услуг 43 класса МКТУ, указанных в письме-согласии с исключением из правовой охраны слов «пицца», «вино» в отношении всех услуг 35 и 43 классов МКТУ и словесного элемента «OSTERIA» для всех услуг 43 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, а именно *«управление бизнесом франшиз; агентства рекламные;*

аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; изучение общественного мнения; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; помощь в управлении бизнесом; 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; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; службы консультативные по управлению бизнесом; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление коммерческое

лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]».

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

удовлетворить возражение, поступившее 20.05.2024, изменить решение Роспатента от 20.07.2023, зарегистрировать товарный знак по заявке №2022775277.