

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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный №59454 (далее – Правила), рассмотрела поступившее 11.10.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «САЛИД», город Казань (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022782287, при этом установила следующее.

Заявленное обозначение « **SALID** » по заявке №2022782287 с приоритетом от 16.11.2022 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 09, 16, 25, 28, 35, 36, 38, 40, 41, 42, 44, 45 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 13.06.2024 о государственной регистрации товарного знака в отношении товаров и услуг 09, 16, 25, 28, 36, 38, 40, 41, 42, 44, 45 класса МКТУ. В отношении остальной части товаров и услуг заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса (далее – решение Роспатента), поскольку заявленное обозначение является сходным до степени смешения:

- с товарным знаком « **SOLID** » по свидетельству №804784 (приоритет: 16.03.2020), с товарным знаком « **Солид** » по свидетельству № 804785 (приоритет:

16.03.2020), с товарным знаком « **SOLID**
СОЛИД » по свидетельству №799246 (приоритет:
19.12.2001), зарегистрированными на имя КТ энд Джи Корпорейшн, Республика
Корея, в отношении однородных товаров 09 класса МКТУ;



- с товарным знаком « **СОЛИД**
ФИРМА » по свидетельству №672139 (приоритет:
24.05.2020), зарегистрированным на имя Акционерное общество "ФИРМА
"СОЛИД", город Санкт-Петербург, город Колпино, в отношении однородных услуг
35 класса МКТУ;



- с товарным знаком « **SOLID** » по свидетельству №399562 (приоритет:



16.12.2008), с товарным знаком « **СОЛИД** » по свидетельству №239812
(приоритет: 31.10.2001), зарегистрированными на имя Закрытое акционерное
общество Инвестиционно-финансовая компания "Солид", Москва, в отношении
однородных услуг 35, 36 классов МКТУ;



- с товарным знаком « **SOLID**
НАТУРА » по свидетельству №655239 (приоритет:
27.10.2016), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной
ответственностью "Солиднатура", город Дубна, в отношении однородных услуг 35
класса МКТУ;

- с товарным знаком « **solid** » по свидетельству №344839 (приоритет:
26.07.2006), зарегистрированным на имя Открытого акционерного общества
коммерческий банк "Солидарность", город Самара, в отношении однородных услуг
36 класса МКТУ;

SOLID

- с товарным знаком « **СОЛИД** » по свидетельству №244387 (приоритет:



19.12.2001), с товарным знаком « **СОЛИД** » по свидетельству №245806 (приоритет:
19.12.2001), зарегистрированными на имя Общества с ограниченной

ответственностью "Европроект Групп", Москва, в отношении товаров и услуг 09, 16, 42 классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам и услугам 09, 16, 35, 41, 42 классов МКТУ;

- со знаком «**!Solid**» по международной регистрации №862720 (приоритет: 08.08.2005), зарегистрированным на имя DKV Mens Dept. A/S, Дания, в однородных услугах 35 класса МКТУ.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 11.10.2024 поступило возражение, основные доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками;

- противопоставленные обозначения по свидетельствам №№672139, 399562, 655239 являются комбинированными, т.е. представляют собой комбинацию элементов, за счет чего воспринимаются иначе, чем просто словесные обозначения;

- изобразительный элемент доминирует в противопоставленном знаке по свидетельству № 399562 за счет крупного размера и центрального расположения, за счет чего легко запоминается;

- различие в цветовом оформлении противопоставленного знака по свидетельству № 655239 и заявленного обозначения является существенным и может быть положено в основу для вывода о несходстве обозначений в целом;

- в композицию противопоставленного товарного знака по свидетельству №245806 входит оригинальный изобразительный элемент, пространственно доминирующий в композиции обозначения за счет крупного размера, центрального расположения, оригинального цветового оформления;

- фонетически все обозначения воспринимаются по-разному. Сравнимые слова имеют разное звучание;

- слово «СОЛИД», согласно толковым словарям, имеет следующее значение: римская, позднее византийская золотая монета;

- слово «SOLID», согласно переводоведческим словарям, имеет следующие значения: твердый, прочный, твердое вещество;

- слово «SALID» отсутствует в общедоступных и известных словарно-справочных источниках;

- правообладатель товарного знака №672139 (<https://www.zaosolid.ru/>) осуществляет деятельность по реализации решетчатого настила;

- правообладатель товарного знака № 399562 (ЗАО Инвестиционно-финансовая компания «СОЛИД»), как следует из информации, размещенной на сайте <https://solidbroker.ru/>, занимается брокерством и банковскими услугами;

- правообладатель товарного знака №655239 (ООО «СОЛИДНАТУРА») <https://solidnatura.ru/>, осуществляет деятельность по реализации пищевых добавок для животных;

- правообладатель серии товарных знаков №244387 и №245806 (ООО «ЕВРОПРОЕКТ ГРУПП»), как следует из информации, размещенной на сайте <https://solidauto.ru/about/>, занимается поставкой окрасочного оборудования, шлифовального инструмента, абразивных и лакокрасочных материалов;

- правообладатель международного товарного знака №862720 (DKV Mens Dept. A/S) осуществляет деятельность по реализации одежды, обуви и головных уборов;

- фактическая деятельность заявителя - сфера образования. Заявитель активно использует заявленное обозначение при реализации товаров и предоставлении услуг.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 13.06.2024 и зарегистрировать заявленное обозначение в отношении всех услуг 35 и 42 классов МКТУ.

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

С учетом даты (16.11.2022) подачи заявки № 2022782287 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 (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.

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.

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 пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2022782287 заявлено словесное обозначение « **SALID** », выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Регистрация товарного знака по заявке №2022782287 испрашивается в отношении товаров и услуг 09, 16, 25, 28, 35, 36, 38, 40, 41, 42, 44, 45 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Противопоставленный товарный знак [1] « **SOLID** » по свидетельству №804784 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в черно-белом цветовом исполнении, в том числе в отношении товаров 09 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [2] « **Солид** » по свидетельству №804785 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в черно-белом цветовом исполнении, в том числе в отношении товаров 09 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [3] « **SOLID**
СОЛИД » по свидетельству №799246 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского и русского алфавитов. Правовая охрана предоставлена в черно-белом цветовом исполнении, в том числе в отношении товаров 09 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [4] «  » по свидетельству №672139 представляет собой комбинированное обозначение, включающее

элементы «СОЛИД ФИРМА SOLID», выполненные буквами русского и латинского алфавитов, элемент «фирма» является неохраняемым элементом знака. Правовая охрана предоставлена в белом и синем цветовом исполнении, в том числе в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак [5] « **SOLID** » по свидетельству №399562 является комбинированным, словесный элемент «SOLID» выполнен заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в черно-белом цветовом исполнении, в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак [6] « **СОЛИД** » по свидетельству №239812 является комбинированным, словесный элемент «СОЛИД» выполнен заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в черно-белом цветовом исполнении, в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак [7] « **SOLID NATURA** » по свидетельству №655239 представляет собой комбинированное обозначение, включающее элементы «SOLID NATURA», выполненные буквами латинского алфавита, элемент «NATURA» является неохраняемым элементом знака. Правовая охрана предоставлена в светло-коричневом, белом цветовом исполнении, в том числе в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [8] « **solid** » по свидетельству №344839 является словесным, выполнен стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в черно-белом цветовом исполнении, в том числе в отношении услуг 36 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак [9] « **СОЛИД** » по свидетельству №244387 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского и русского алфавитов. Правовая охрана предоставлена в черно-

белом цветовом исполнении, в том числе в отношении товаров и услуг 09, 16, 35, 41, 42 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак [10] «  » по свидетельству №245806 является комбинированным, словесный элемент «SOLID» выполнен заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в белом, синем, голубом, красном цветовом исполнении, в том числе в отношении товаров и услуг 09, 16, 35, 41, 42 классов МКТУ.

Знак [11] « **!Solid** » по международной регистрации №862720 содержит словесный элемент «SOLID», выполненный буквами в латинице. Правовая охрана предоставлена в черно-белом цветовом исполнении, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Согласно доводам возражения заявитель оспаривает решение Роспатента в части отказа в государственной регистрации товарного знака по рассматриваемой заявке только в отношении заявленных услуг 35 и 42 классов МКТУ. В этой связи противопоставленные товарные знаки [1-3], [8] могут быть сняты в связи с тем, что зарегистрированы в отношении неоднородных товаров и услуг уточненного перечня.

С учетом изложенного выше анализ заявленного обозначения на соответствии требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса проводится в отношении противопоставленных товарных знаков [4-7], [9-11].

Основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем.

Поскольку противопоставленные товарные знаки [4, 5, 6, 7, 10] являются комбинированными, то основными элементами, несущими индивидуализирующую функцию, являются охраноспособные словесные элементы «СОЛИД SOLID» / «SOLID» / «СОЛИД» / «SOLID» / «SOLID».

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных знаков [4-7], [9-11] показал, что заявленное обозначение содержит в своем составе словесный элемент «SALID», который фонетически сходен со словесными элементами противопоставленных знаков «СОЛИД SOLID», «SOLID», «СОЛИД». Знаки имеют одинаковый состав согласных и близкий состав гласных, отличие состоит в одной букве (О-А), которая в безударной позиции звучит одинаково.

По мнению заявителя, наличие двух слов в составе противопоставленных знаков [4, 9] обуславливает его более длинное фонетическое звучание по сравнению с заявленным обозначением, в связи с чем оно не является сходным с ним. Вместе с тем, повторение в одном обозначении определенного элемента дважды обуславливает акцентирование на нем дополнительного внимания и не снимает фонетического сходства словесного элемента «SOLID» с заявленным словесным обозначением «SALID».

Что касается смыслового критерия, то анализ словарно-справочной литературы показал, что слово «SALID» отсутствует в словарях, а значит, является вымышленным, что не позволяет провести анализ на предмет семантического сходства.

Графические отличия сравниваемых товарных знаков, не оказывают существенного влияния на вывод о сходстве знаков, так как графический признак носит вспомогательный характер, поскольку сходство знаков в целом признается за счет фонетического и семантического сходства словесных элементов.

Учитывая вышеизложенное, обозначения ассоциируются друг с другом в целом за счет превалирования фонетического сходства словесных элементов.

Анализ однородности испрашиваемых к регистрации услуг 35 и 42 классов МКТУ показал следующее.

Услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; 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; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; 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 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; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление

места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; 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; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; 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; 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 консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных

индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; 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 планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; 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 телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листовок; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; опросы

социологические; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес – инкубаторов; организация торгово-закупочной деятельности» заявленного обозначения являются однородными услугам:

- 35 класса МКТУ *«информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной, оптовой продаже товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов»* противопоставленного товарного знака [4], поскольку относятся к услугам в области рекламы и по продвижению товаров и услуг, имеют одно назначение, область применения и круг потребителей;

- 35 класса МКТУ *«реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба»* противопоставленных товарных знаков [5-6], поскольку относятся к услугам в области рекламы, бизнеса и к услугам конторским и секретарским, имеют одно назначение, область применения и круг потребителей;

- 35 класса МКТУ *«изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; прогнозирование экономическое; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»* противопоставленного товарного знака [7], поскольку относятся к услугам по исследованию рынка, услугам в сфере бизнеса и посредническим услугам, услугам информационно-справочным и услугам по продвижению товаров и услуг, имеют одно назначение, область применения и круг потребителей;

- услугам 42 класса МКТУ «реализация товаров» противопоставленных товарных знака [9-10], в силу того, что относятся к одной родовой категории услуг (по продвижению товаров и услуг), имеют одно назначение (реализация (продажа), один круг потребителей;

- услугам 35 класса МКТУ «*business management; business administration; retail services in relation to clothing, footwear and headgear; management and consultancy for retail stores*» / «управление коммерческим предприятием; управление бизнесом; услуги розничной торговли одеждой, обувью и головными уборами; управление и консалтинг для розничных магазинов» противопоставленного знака [11], поскольку относятся к услугам по продвижению товаров и услуг, услугам в сфере бизнеса, имеют одно назначение, область применения и круг потребителей.

Услуги 42 класса МКТУ заявленного обозначения «*дизайн визитных карточек; дизайн графический рекламных материалов; дизайн интерьерный; дизайн промышленный; дизайн художественный; установка программного обеспечения; исследования и разработка новых товаров для третьих лиц; исследования научно-технические в области патентного картирования; исследования научно-технические в области стихийных бедствий; исследования научные; консультации в области дизайна веб-сайтов; консультации в области информационной безопасности; консультации в области информационных технологий; консультации в области компьютерных технологий; консультации в области разработки и развития компьютерной техники; консультации по вопросам архитектуры; консультации по вопросам интернет-безопасности; консультации по вопросам программного обеспечения; консультации по защите цифровых данных; консультации по технологическим вопросам; контроль качества; модернизация программного обеспечения; обеспечение программное как услуга [SaaS]; обслуживание программного обеспечения; оформление интерьера; предоставление информации в области компьютерных технологий и программирования через веб-сайты; предоставление программной платформы, готовой к использованию облачных сервисов [PaaS]; преобразование данных и информационных программ, за исключением физического преобразования; прокат*

программного обеспечения; разработка программного обеспечения; разработка программного обеспечения для издательского дела; составление программ для компьютеров; тиражирование компьютерных программ; услуги дизайнеров в области упаковки; услуги по аутентификации пользователей по технологии единого входа для программных онлайн-приложений; услуги по разработке методик и программ испытаний; светодизайн; экодизайн» являются однородными услугам 42 класса МКТУ «дизайн в области упаковки [услуги]; дизайн промышленный; дизайн художественный; консультации профессиональные [не связанные с деловыми операциями]; контроль качества; научно-исследовательские разработки; программирование; создание новых видов товаров» противопоставленных товарных знаков [9, 10] , так как они относятся к одному виду услуг (услуги в области компьютерных технологий, услуги в области дизайна, услуги в области консультаций), а также имеют одно назначение, один рынок сбыта и один круг потребителей.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками по свидетельствам №№672139, 399562, 239812, 655239, 244387, 245806, 862720 в отношении однородных услуг 35 и 42 классов МКТУ и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта б статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 11.10.2024, оставить в силе решение Роспатента от 13.06.2024.