

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 08.02.2024 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «СПАРТА», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023714480, при этом установила следующее.

Обозначение «SLADRUS» по заявке №2023714480, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 28.02.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров/услуг 30, 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 29.11.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака для товаров 30 класса МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для

заявленных услуг 35 класса МКТУ ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком «LADRUS» по свидетельству №956889 с приоритетом от 06.02.2023, зарегистрированным на имя Индивидуального предпринимателя Леонтьева Дмитрия Владимировича, 188931, Ленинградская область, Выборгский р-н, п. Кравцово, Б/Н, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ.

В возражении, поступившем 08.02.2024, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 29.11.2023.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- ООО «СПАРТА» использует заявленное обозначение для оптовой продажи сладостей;

- заявитель заключает договоры с производителями продукции в России и является их официальным представителем или дистрибьютором. У Заявителя имеется официальный сайт - <https://sladrus.ru/>;

- вывод о сходстве до степени смешения обозначений делается на основе восприятия не отдельных элементов, а общего впечатления, которое производят это обозначение и товарный знак в целом на среднего потребителя соответствующих товаров или услуг;

- заявленное обозначение представляет собой словесное обозначение «SLADRUS», выполненное буквами латиницы стандартным шрифтом черного цвета. Заявленное обозначение является фантазийным, а также семантически нейтральным по отношению к заявленным товарам и услугам;

- противопоставленный товарный знак «LADRUS» по свидетельству №956889 представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из элементов «LA» и «US», выполненных буквами латиницы оригинальным шрифтом черного цвета, между которыми расположены изобразительные элементы в виде двух абстрактных геометрических фигур черного цвета;

- сравниваемые обозначения при первом впечатлении не представляются сходными, производят разное первое зрительное впечатление, за счет различного графического решения;

- кроме того, в композицию противопоставленного товарного знака входят оригинальные изобразительные элементы, которые выполнены в крупном размере и тесно связаны с композицией обозначения, легко запоминаются, в силу чего являются значимыми элементами обозначения;

- за счет изобразительного элемента противопоставленный товарный знак воспринимается иначе, чем просто слово;

- сравниваемые обозначения визуально отличаются за счет использования разного вида оригинальных шрифтов, разного пространственного расположения букв, различного графического оформления с учетом характера букв, использования разных цветов;

- сравниваемые словесные элементы имеют разное звучание: заявленное обозначение произносится как «SLADRUS» (S-L-A-D-R-U-S – состоит из 7 букв, 7 звуков и 2 слогов, ударение на первый слог), а противопоставленный товарный знак «LA US» по свидетельству №956889 (состоит из 4 букв, 4 звуков и 2 слогов);

- заявленное обозначение «SLADRUS» является оригинальным, фантазийным и представляет собой сочетание элементов «SLAD» (производное от «слад» - «сладость») и «RUS» («Russian» - «русский»), что может ассоциироваться у потребителя с «русская сладость»;

- товарный знак по «LA US» по свидетельству №956889 не имеет конкретного значения или перевода;

- следовательно, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак имеют разное смысловое значение и воспринимаются потребителем, как две различных смысловых единицы;

- к потребителям услуг 35 класса МКТУ относятся в основном производители и продавцы товаров, лица, оказывающие услуги (выполняющие работы), то есть бизнес-потребители, имеющие обычно определенные профессиональные знания и

опыт, а также коммерческий интерес в продвижении и реализации определенных видов товаров или услуг;

- кроме того, угроза смешения сравниваемых обозначений в сознании потребителей отсутствует, правообладатель противопоставленного товарного знака и заявитель осуществляют свою деятельность в совершенно разных сегментах рынка, которые друг с другом не пересекаются;

- правообладатель противопоставленного товарного знака занимается продажей товаров 18, 24, 25 классов МКТУ, то есть реализацией предметов одежды;

- заявитель более 9 лет работает в сфере продажи сладостей и заслуженно завоевал репутацию надежного и качественного продавца;

- таким образом, заявленное обозначение продолжительное время используется заявителем и хорошо известно широкому кругу потребителей до даты подачи заявки, в следствии чего оно приобрело дополнительную различительную способность, а потребитель воспринимает его, как товарный знак заявителя;

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 29.11.2023 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех испрашиваемых товаров 20 класса МКТУ.

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

С учетом даты подачи (28.02.2023) заявки №2023714480 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 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. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 – 44 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).

Обозначение по заявке №2023714480, представляет собой словесное обозначение «SLADRUS», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 30 и услуг 35 классов МКТУ, приведенных в перечне заявки.

В отношении товаров 30 класса МКТУ Роспатентом принято решение о государственной регистрации товарного знака.

В отношении испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ заявленному обозначению отказано в государственной регистрации товарного знака.

В рамках требований пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении услуг 35 класса МКТУ заявленному обозначению противопоставлен товарный знак «LADRUS» по свидетельству №956889, ранее зарегистрированным на имя иного лица для услуг 35 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак представляет собой комбинированное обозначение, включающее буквенные и изобразительные элементы. Размер изобразительных элементов сопоставим с размером букв «L», «U», «S», а все элементы в обозначении размещены с одинаковым интервалом, что создает предпосылки для восприятия заявленного обозначения в целом как слова.

Коллегия усматривает, что несмотря на оригинальное исполнение отдельных элементов товарного знака по свидетельству №956889, оно не утратило словесный характер и прочитывается как «LADRUS» (ладрус), поскольку контуры второго, третьего и четвертого элементов идентифицируются как буквы «A», «D» и «R».

Анализ на тождество и сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака показал следующее.

Словесный элемент «SLADRUS» и «LADRUS» не выявлен в лексике распространённых языков, использующих в написании буквы латинского алфавита, в связи с чем они отнесены коллегией к категории фантазийных словесных элементов.

В связи с фантазийным характером словесных элементов не представляется возможным оценить сравниваемые обозначения по семантическому критерию сходства. Сказанное приводит к превалирующей роли иных признаков сходства словесных обозначений.

В фонетическом отношении сравниваемые словесные элементы являются сходными, поскольку совпадает большинство звуков/букв (6 из 7), расположенных в одинаковом порядке. При этом противопоставленный товарный знак полностью входит в состав заявленного обозначения. Указанное приводит к сходному фонетическому восприятию сравниваемых словесных элементов в целом.

Коллегия принимает во внимание визуальные отличия сравниваемых обозначений, однако, эти отличия носят второстепенный характер ввиду превалирования в рассматриваемом случае фонетического критерия сходства.

Высокая степень фонетического сходства основных индивидуализирующих элементов приводит к ассоциированию заявленного обозначения с противопоставленным товарным знаком.

По вопросу однородности услуг 35 классов МКТУ, представленных в перечнях заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, установлено следующее.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении следующих услуг 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 манекенищиков 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; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листков; 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; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации».

Товарный знак по свидетельству №956889 зарегистрирован для услуг 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 манекенищиков 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; продажа оптовая и розничная товаров, в том числе через Интернет».

Заявитель не оспаривает однородность услуг 35 класса МКТУ, представленных в перечнях заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, которые совпадают по виду, либо относятся к общему роду услуг (в перечнях представлены различные услуги в области рекламы, маркетинга, торговли/продвижения товаров, коммерческого управления, консультаций в области бизнеса и пр.) широкий спектр услуг, таких как реклама, маркетинг, управление бизнесом, услуги розничных магазинов, онлайн-торговля, бизнес-консультации и коммерческое управление), имеют одинаковое назначение, круг потребителей и условия оказания, то есть представляют собой однородные услуги.

Факт того, что правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении услуг 35 класса МКТУ, относящихся к той же категории услуг, что и товары 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака, обуславливает вероятность смешения сопоставляемых знаков в гражданском обороте.

Заявитель привел довод о том, что противопоставленный товарный знак фактически используется для услуг 35 класса МКТУ, имеющих отношение к продвижению/реализации одежды и сопутствующих товаров. Вместе с тем на предмет однородности исследуется не фактическая деятельность, а услуги, представленные в перечнях заявленного обозначения и товарного знака по свидетельству №956889. Необходимо отметить, что сопоставляемые услуги не имеют конкретизации их назначения, исходя из специфики фактической деятельности.

Установленная высокая степень однородности услуг 35 класса МКТУ с учетом сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №956889 свидетельствует о невозможности регистрации заявленного обозначения в отношении испрашиваемого перечня услуг, поскольку оно не соответствует для услуг 35 класса МКТУ пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Сведения заявителя о фактическом использовании заявленного обозначения более девяти лет на рынке, связанном с продвижением кондитерских изделий, не устраняют препятствия для регистрации в рамках действия пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило обращение заявителя. Доводы обращения по сути сводятся к мотивам возражения, анализ которых дан в настоящем заключении.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 08.02.2024, оставить в силе решение Роспатента от 29.11.2023.