

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 01.07.2025, поданное Индивидуальным предпринимателем Боковым Вадимом Анатольевичем, город Тюмень (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023816539, при этом установила следующее.

SWATCH®

Заявленное обозначение «» по заявке №2023816539 с приоритетом от 27.11.2023 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 09, 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 27.04.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023816539 в отношении всех товаров и услуг 09, 35 классов МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака по причине его несоответствия требованиям пункта 1, пункта 3 и пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В заявленном обозначении элемент «®» является неохраняемым элементом на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.



В результате проведения экспертизы заявленного обозначения установлено, что входящий в его состав словесный элемент «WATCH» (в переводе с англ. яз. – часы / см. Интернет-словари <https://translate.google.com/>) на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса является неохраноспособным в отношении части заявленных товаров и услуг, поскольку в целом не обладает различительной способностью, так как указывает на вид, назначение товаров и услуг.

Кроме того, в заявленном обозначении доминирующее положение занимают неохраноспособные элементы «WATCH» и «®».

В отношении другой части заявленных товаров и услуг 09, 35 классов МКТУ заявленное обозначение будет вводить потребителя в заблуждение относительно вида, назначения товаров и услуг в соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

В результате проведения экспертизы заявленного обозначения оно было признано сходным до степени смешения с:


- серией товарных знаков [1] «SWATCH» по международной регистрации №469696 с приоритетом 25.06.1982, [2] «SWATCH» по международной регистрации №1718986 с приоритетом 20.12.2022, [3] «SWATCH» по международной регистрации №1329569 с приоритетом 02.02.2017, [4] «SWATCH ONE MORE THING» по международной регистрации №1261460 с приоритетом 20.08.2015, [5] «SWATCH» по международной регистрации №1134259 с приоритетом 02.07.2015, [6]

«  » по международной регистрации №652999 с приоритетом 21.06.1996, [7] «  » по международной регистрации №638172 с

приоритетом 09.08.1995, [8] «  » по международной регистрации №614932

с приоритетом 10.05.1994, [9] «  » по международной регистрации №574696

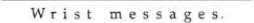
с приоритетом 20.12.1991, [10] «  » по международной регистрации

№508191 с приоритетом 23.03.1987, [11] «  » по международной

регистрации №496846 с приоритетом 22.11.1985, [12] «i POP SWATCH» по


международной регистрации №1195908 с приоритетом 20.03.2014, [13]

swatch
theBeep

«  » по международной регистрации №631935 с приоритетом

swatch

26.04.1995, [14] «theBeep» по международной регистрации №621384 с

приоритетом 23.09.1994, [15] «» по международной регистрации №1454404

swatch

с приоритетом 23.11.2018, [16] «access» по международной регистрации

№657357 с приоритетом 30.09.1996, [17] «SWATCH BELLAMY» по международной

регистрации №1304801 с приоритетом 11.08.2016, [18] «SWATCH BELLAMY» по

международной регистрации №1293183 с приоритетом 24.03.2016, [19] «POP

SWATCH» по международной регистрации №1285731 с приоритетом 04.02.2016, [20]

«SWATCH CLUB» по международной регистрации №1227453 с приоритетом

18.12.2014, [21] «SWATCH TOUCH» по международной регистрации №1244105 с

приоритетом 30.04.2015, [22] «» по международной

регистрации №642409 с приоритетом 09.11.1995, [23] «SWATCH UNIVERSE» по

международной регистрации №723577 с приоритетом 30.12.1999, [24] «SWATCH


THE EYES» по международной регистрации №1265581 с приоритетом 24.09.2015,

swatch

[25] «» по международной регистрации №712345 с приоритетом 10.06.1999,

[26] «SWATCH BIG BOLD» по международной регистрации №1620987 с



приоритетом 21.10.2021, [27] «  » по международной регистрации №713342

с приоритетом 01.07.1999, зарегистрированными на имя Swatch AG / Swatch SA /

Swatch Ltd., Швейцария, в отношении товаров и услуг 09, 35, 41 классов МКТУ,

признанных однородными заявленным 09, 35 классов МКТУ;



- с товарным знаком «  » по свидетельству №835944 с приоритетом


28.08.2020, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью

"ЭКСПОНЕНТА", Москва, в отношении однородных товаров и услуг 09, 35 классов

МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 01.07.2025 поступило возражение на решение Роспатента от 27.04.2025. Доводы возражения сводятся к следующему:

- «CGWATCH» - единое слово;
- буквы «CG» придают заявленному обозначению фантазийный характер, что усиливает его различительную способность;

- заявленное обозначение происходит от «  » (товарный знак по свидетельству № 597918);

- заявитель является обладателем товарных знаков по свидетельствам №№762576, 1079938 и заявок на товарные знаки №2023816528, №2023816518, №2023816531, №2023816533;

- у заявителя большой спектр производимых товаров и широкая известность на рынке (<https://caseguru.ru/about/>) с 07.06.2012;

- заявитель ссылается на судебную практику и приводит примеры регистраций аналогичных обозначений;

- заявитель не согласен с противопоставлением серии товарных знаков с элементом «SWATCH» и товарного знака №835944, поскольку сравниваемые обозначения имеют четкие различия по фонетическому, графическому и семантическому критериям.

В корреспонденции от 22.09.2025 был представлен комплект документов, подтверждающих фактическое использование знаков заявителя, а именно:

- Договорные отношения с курьерской службой - подтверждение организации доставки товаров (Агентский договор с ООО «КС ИНТЕГРАЛ МСК»);

- Договор аренды склада;

- Платёжное поручение на оплату рекламных услуг;

- Договоры на маркетинг и рекламу;

- Макеты рекламы в бортовых журналах.

Корреспонденцией от 24.10.2025 заявителем представлены следующие дополнительные материалы:

- Информационное письмо от ООО «СДЭК-Глобал»;
- Уточнённый перечень рекламных площадок (в дополнение к ранее представленным), включающий конкретные ссылки на платформы VK и YouTube, публикации в Telegram-каналах;
- Примеры рекламных текстов и описаний товаров.

Корреспонденцией от 22.12.2025 заявителем представлен скорректированный перечень испрашиваемых товаров и услуг:

09 - акселерометры; альтиметры; аппараты глобальной системы позиционирования [GPS]; аппараты дистанционного управления; барометры; браслеты идентификационные магнитные; браслеты электронные [измерительные инструменты]; датчики; динамики, носимые на себе; дисплеи электронно-цифровые; измерители; измерители давления; компасы; компьютеры, носимые на себе; микрофоны; помощники цифровые персональные [ПЦП]; приборы для регистрации времени; приборы телекоммуникационные в виде ювелирных украшений; пульсометры; смарт-часы; тахометры; термометры, за исключением медицинских; устройства нательные, отслеживающие физическую активность; хронографы [устройства для записи времени]; часы табельные [устройства для регистрации времени]; шагомеры.

35 - администрирование программ лояльности потребителей; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление деловой информации; 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; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров через лидеров мнений; публикация рекламных текстов; радиореклама; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги телемаркетинга; магазины оптовой и розничной торговли.

С учетом приведенных в возражении доводов заявитель просит отменить решение Роспатента от 27.04.2025 и зарегистрировать обозначение по заявке №2023816539 в качестве товарного знака в отношении всех товаров и услуг 09, 35 классов МКТУ.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (27.11.2023) заявки №2023816539 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 пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество,

количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся способными ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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 пятым 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 подпунктах 1 и 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, 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 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 заявлено обозначение

« **SWATCH**[®] », выполненное буквами латинского алфавита. Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке №2023816539 испрашивается в черно-белом цветовом сочетании, в отношении товаров 09 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 и пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В заявленном обозначении элемент «®» является неохраняемым элементом на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, что заявитель не оспаривает.

Заявитель полагает, что элемент «CGWATCH» является единым словом, однако композиционное решение нарушает это единство, поскольку крупный и отдельно

расположенный первый элемент «**G**» невозможно однозначно идентифицировать, например, как «CG», «CJ» или «G». В результате внимание потребителя акцентируется исключительно на четко читаемом слове «watch».

Входящий в состав обозначения доминирующий словесный элемент «watch» (в переводе с англ. яз. – часы, см. <https://translate.academic.ru/>) является неохраноспособным для товаров 09 класса МКТУ «смарт-часы», так как данный элемент воспринимается российским потребителем как прямое указание на назначение товаров.

В связи с тем, что доминирующее положение в заявленном обозначении занимают неохраняемые элементы, такое обозначение не может быть зарегистрировано в отношении скорректированного перечня товаров 09 класса МКТУ, поскольку не соответствует условиям, предусмотренным пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

Для товаров 09 класса МКТУ *«акселерометры; альтиметры; аппараты глобальной системы позиционирования [GPS]; аппараты дистанционного управления; барометры; браслеты идентификационные магнитные; браслеты электронные [измерительные инструменты]; датчики; динамики, носимые на себе; дисплеи электронно-цифровые; измерители; измерители давления; компасы; компьютеры, носимые на себе; микрофоны; помощники цифровые персональные*

[ПЦП]; приборы для регистрации времени; приборы телекоммуникационные в виде ювелирных украшений; смарт-часы; тахометры; термометры, за исключением медицинских; устройства нательные, отслеживающие физическую активность; хронографы [устройства для записи времени]; часы табельные [устройства для регистрации времени]; шагомеры» элемент «watch» способен ввести потребителя в заблуждение, поскольку перечисленные товары не относятся к категории часовых устройств и не предназначены для непосредственного отображения времени, что противоречит требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, так как создает ложное представление о виде и назначении этих товаров.

Позиция 09 класса МКТУ «пульсометры» отсутствует в первоначально заявленном перечне товаров 09 класса МКТУ по рассматриваемой заявке, что не позволяет провести регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении указанного товара.

Что касается услуг 35 класса МКТУ «администрирование программ лояльности потребителей; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление деловой информации; 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; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров через лидеров мнений; публикация рекламных текстов; радиореклама; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц


[закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги телемаркетинга; магазины оптовой и розничной торговли», то элемент «watch» не описывает услуги 35 класса МКТУ, поскольку эти услуги сами по себе не являются часами, а лишь указывает на возможную сферу их применения. Поэтому в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ словесный элемент «watch» не является описательным и, следовательно, соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса.

Основания для отказа по пункту 3 статьи 1483 Кодекса в отношении услуг 35 класса МКТУ отсутствуют, так как словесный элемент «watch» является фантазийным по отношению к услугам 35 класса МКТУ, соответствует требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса и не способен ввести потребителя в заблуждение относительно назначения услуг.


Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленная серия товарных знаков [1] «SWATCH», [2] «SWATCH», [3] «SWATCH», [4] «SWATCH ONE MORE THING», [5] «SWATCH», [6] «^{swatch} the club», [7] «^{swatch} telecom», [8] «swatch», [9] «^{swatch} e y e s», [10] «swatch», [11] «swatch», [12] «i POP SWATCH», [13] «^{swatch} theBeep Wrist messages.», [14] «^{swatch} theBeep», [15] «^{swatch} Glam», [16] «^{swatch} a c c e s s», [17] «SWATCH BELLAMY», [18] «SWATCH BELLAMY», [19] «POP SWATCH», [20] «SWATCH CLUB», [21] «SWATCH TOUCH», [22] «swatch timing», [23] «SWATCH UNIVERSE», [24] «SWATCH THE EYES», [25] «^{swatch} .beat», [26] «SWATCH BIG BOLD», [27] «^{swatch} THE CREATOR OF INTERNET TIME», включает группу товарных знаков, объединенных единым словесным элементом «swatch», выполненного в латинице. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении однородных товаров и услуг 09, 35 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак [28] «» представляет собой обозначение, в состав которого входят элементы «316 WATCH», словесный элемент

выполнен буквами в латинице. Цифры «316» являются неохраняемыми элементами товарного знака. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров и услуг 09, 35 классов МКТУ.

В заявленном обозначении начальный элемент «» не может быть однозначно прочитан из-за графического слияния букв, которое допускает его множественную интерпретацию - как «CG», «CJ» или даже как одиночная буква «g». Единственным различимым смысловым элементом в нем является четко читаемое слово «WATCH».

Заявленное обозначение и противопоставленные знаки [1–27] связаны полным вхождением последовательности «WATCH» в состав знаков, совпадают все гласные и большинство согласных звуков (различие лишь в наличии начальной буквы «s»), что создаёт высокую степень фонетического сходства между противопоставленными знаками [1–27] и заявленным обозначением.

Семантически сравниваемые обозначения нельзя признать сходными, поскольку смысловое значение у элемента «WATCH» отсутствует.

Элемент «WATCH» в противопоставленном товарном знаке [28] и в заявленном обозначении выполняет основную идентифицирующую функцию, поскольку либо является единственным словесным элементом, либо четко различим и представляет собой единственный читаемый элемент. По звучанию данный элемент заявленного обозначения полностью идентичен соответствующему элементу противопоставленного знака [28], что свидетельствует о высокой степени как фонетического, так и семантического сходства.

Графически, заявленное обозначение и противопоставленные знаки [1-28] выполнены буквами одного алфавита - латинского, что сближает сравниваемые обозначения графически.

Изложенное позволяет прийти к выводу о том, что сравниваемые обозначения являются сходными, поскольку имеют высокую степень сходства и ассоциируются друг с другом в целом.

Анализ однородности испрашиваемых к регистрации товаров и услуг показал следующее.

Правовая охрана знаку [1] по международной регистрации №469696 предоставлена на территории Российской Федерации в отношении товаров 14 класса МКТУ, то есть в отношении неоднородных товаров 09 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, следовательно, данное противопоставление может снято в качестве противопоставлений в рамках пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В связи прекращением правовой охраны знаков [7, 13] по международным регистрациям №№ 638172, 631935 на территории Российской Федерации, их противопоставление в качестве препятствующих регистрации заявленного обозначения может быть снято.

Товары 09 класса МКТУ заявленного обозначения и товары 09 класса МКТУ *«гарнитуры беспроводные для телефонов; пленка защитная для компьютерных экранов; пленка защитная для смартфонов; смартфоны; смарт-часы; телефоны сотовые; чехлы для переносных компьютеров; чехлы для персональных цифровых помощников [ПЦП]; чехлы для планшетных компьютеров; чехлы для смартфонов; шнурки для мобильных телефонов»* противопоставленного знака [28] однородны, так как либо идентичны, либо принадлежат к общим родовым группам, таким как оборудование для записи и воспроизведения информации; оборудование компьютерное, аксессуары для него и продукты программные; оборудование для обеспечения дистанционной связи, принадлежности и аксессуары для него.

Испрашиваемые товары 09 класса МКТУ заявленного обозначения и товары 09 класса МКТУ противопоставленных знаков [2-5, 8-12, 14-16, 18-21, 24-27] однородны, так как либо идентичны, либо принадлежат к общим родовым группам, таким как оборудование контрольно-измерительное и сигнальное, для записи и воспроизведения информации, компьютерное, аксессуары для него и продукты программные, для обеспечения дистанционной связи, принадлежности и аксессуары для него, для научных целей и приборы навигационные. Однородные товары характеризуются одинаковым назначением, кругом потребителей и условиями реализации, взаимодополняемостью либо взаимозаменяемостью.

Услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения и услуги 35 класса МКТУ *«advertising; business management; commercial administration; office tasks; business*

administration; office functions; génération, enregistrement, transcription et compilation de données dérivant du chronométrage des manifestations sportives servant à la publicité; commercial information via websites; compilation of information into computer databases; promotional services for sales and marketing; preparation and conducting of promotional and marketing events; customer loyalty program services; public relations services for establishing customer loyalty or increasing customer numbers; retail services for software that can virtually replicate goods, namely, eyewear, apparel, headwear, bags, umbrellas, coin purses, belts (clothing), perfume, pens, personal organizers, jewelry, cuff links, key rings, stop watches, chronographs, clocks, watches, alarm clocks, watch cases, watch straps, cases for watches, movements for clocks and watches, apparatus for timing sports events, art objects and accessories therefor for use online; retail services and online retail services in a virtual environment featuring downloadable digital files authenticated by non-fungible tokens [NFTs]; marketing via product placement in online games or in virtual environments; retail and wholesale sale in stores and via computer networks, by catalog, by mail, by telephone, by radio and television and by other electronic means of horological goods and jewelry goods; presentation of horological and jewelry goods on communication media for retail sale; advertising services, marketing and public relations; advertising services for the purchase and sale of horological and jewelry goods; business organizational and management consulting in the field of horological and jewelry goods; organisation de compilations et d'échanges d'informations, transmission aux membres de telles informations concernant principalement les produits de la société Swatch; publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; data processing services in the field of finance, computerized management of databases in the field of finance; promotion of the goods and services of others by means of discounts, advertising, electronic offers, loyalty points and value added offers and advertising competitions produced in connection with the use of payment cards and other means of payment; promotion of the use of payment cards and other means of payment via promotional incentives provided by means of recording programs and post or electronic communications; compilation of information and management in computer

databases» (перевод: реклама; управление бизнесом; коммерческое администрирование; офисные задачи; управление бизнесом; офисные функции; генерация, регистрация, транскрипция и компиляция данных, полученных с помощью хронометража спортивных мероприятий, служащих рекламе; коммерческая информация через веб-сайты; компиляция информации в компьютерные базы данных; рекламные услуги для продаж и маркетинга; подготовка и проведение рекламных и маркетинговых мероприятий; услуги программ лояльности клиентов; услуги по связям с общественностью для установления лояльности клиентов или увеличения числа клиентов; розничные услуги для программного обеспечения, которое может виртуально воспроизводить товары, а именно: очки, одежду, головные уборы, сумки, зонты, кошельки, ремни (одежда), парфюмерию, ручки, органайзеры для личных вещей, ювелирные изделия, запонки, брелоки, секундомеры, хронографы, часы, будильники, корпуса для часов, ремешки для часов, корпуса для часов, механизмы для часов и часов, приборы для хронометража спортивных мероприятий, предметы искусства и аксессуары к ним для использования в интернете; розничные и онлайн-услуги розничной торговли в виртуальной среде, включающие загружаемые цифровые файлы, аутентифицированные невзаимозаменяемыми токенами [nft]; маркетинг посредством размещения продукции в онлайн-играх или в виртуальных средах; розничная и оптовая продажа часовых и ювелирных изделий в магазинах и через компьютерные сети, по каталогам, по почте, по телефону, по радио и телевидению и другими электронными средствами; презентация часовых и ювелирных изделий в средствах массовой информации для розничной продажи; рекламные услуги, маркетинг и связи с общественностью; рекламные услуги для покупки и продажи часовых и ювелирных изделий; консалтинг по организации и управлению бизнесом в сфере часовых и ювелирных изделий; организация сбора и обмена информацией, передача членам этих информационных сообщений, касающихся в основном продукции компании swatch; реклама; управление коммерческими делами; коммерческое администрирование; бюрократические работы; услуги по обработке данных в сфере финансов,

компьютеризированное управление базами данных в сфере финансов; продвижение товаров и услуг других лиц посредством скидок, рекламы, электронных предложений, бонусных баллов и предложений с добавленной стоимостью, а также рекламных конкурсов, проводимых в связи с использованием платежных карт и других средств оплаты; продвижение использования платежных карт и других средств оплаты посредством рекламных стимулов, предоставляемых с помощью регистрационных программ и почтовой или электронной связи; сбор и управление информацией в компьютерных базах данных) противопоставленных знаков [2, 5, 6, 8, 16, 20, 22, 23, 25, 27] и «демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; продвижение продаж для третьих лиц; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; прокат торговых автоматов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама телевизионная; реклама почтой; макетирование рекламы; маркетинг; обновление рекламных материалов; оформление рекламных материалов; оформление витрин; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; производство рекламных фильмов; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного знака [28] однородны, поскольку соотносятся как род/вид (услуги в области рекламы, услуги по продвижению товаров и услуг, услуги в области бизнеса и услуги по исследованию рынка и общественного мнения, услуги информационно-справочные и посреднические), имеют одно

назначение и круг потребителей.

В связи с сокращением перечня испрашиваемых товаров и услуг, услуги 41 класса МКТУ противопоставленного знака [2] перестали быть однородными товарам 09 класса МКТУ заявленного обозначения.

Следует отметить, что в возражении однородность товаров и услуг заявителем не оспаривалась.

Следовательно, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса в отношении всех товаров 09 класса МКТУ и испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ, так как является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [2-6, 8-12, 14-27].

Доводы об известности заявителя и об использовании заявленного обозначения не способны преодолеть препятствия, установленные пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

В отношении товарных знаков по свидетельствам «**GBOX**[®]» № 1079938, «**GPODS**[®]» № 762576 следует отметить, что они имеют существенные отличия от заявленного обозначения, поскольку помимо изобразительного элемента «**G**» заявленное обозначение содержит принципиально иной индивидуализирующий элемент - слово «watch».

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 01.07.2025, оставить в силе решение Роспатента от 27.04.2025.