


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее - Правила ППС), рассмотрела поступившее 04.07.2025 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №764586, поданное Индивидуальным предпринимателем Ибатуллинским Азаматом Валерьяновичем, г. Уфа (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.



Оспариваемый комбинированный товарный знак «» по заявке №2019749408 с приоритетом от 03.10.2019 зарегистрирован 26.06.2020 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №764586 в отношении товаров и услуг 18, 25, 35, 40, 42 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) на имя Давыдова Олега Шумуновича, 660077, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Молокова, 40, кв. 163 (далее – правообладатель), информация о чем была опубликована 26.06.2020 в официальном бюллетене «Товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров» №13 за 2020 год.

Согласно доводам поступившего возражения регистрация товарного знака по свидетельству №764586 произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 6 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Согласно доводам лица, подавшего возражение, ему принадлежит исключительное право на словесные товарные знаки «**PODIUM**» по свидетельству №258402 с приоритетом от 03.04.2003 в отношении услуг 35 классов МКТУ и «**ПОДИУМ**» по свидетельству №184929 с приоритетом от 02.04.1998 в отношении услуг 42 класса МКТУ.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что словесный элемент «**PODIUMRUM**» оспариваемого знака по свидетельству №764586, состоящий из двух частей - «**PODIUM**» (в переводе с английского языка означает «подиум») и «**RUM**» (в переводе с английского языка означает «ром»), имеет высокую степень сходства с противопоставленными товарными знаками со словесными элементами «**PODIUM**» / «**ПОДИУМ**» по свидетельствам №258402, №184929, при этом добавление неизвестного рядовому потребителю слова «**RUM**» к слову «**PODIUM**» не приводит к изменению семантики последнего.

В возражении отмечается, что услуги 35, 42 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков, связанные с продвижением и продажей продовольственных и промышленных товаров, в том числе одежды, однородны товарам и услугам 18, 25, 35, 40, 42 классов МКТУ оспариваемого товарного знака, имеющих отношение к одежде, продаже и продвижению товаров, а, следовательно, предоставление правовой охраны оспариваемому знаку не соответствует положениям пункту 10 статьи 1483 Кодекса.

Помимо указанного, лицо, подавшее возражение, полагает, что оспариваемый товарный знак имеет высокую степень сходства до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, т.е. усматривается его несоответствие требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Учитывая изложенные обстоятельства, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №764586 недействительным в отношении части товаров и услуг 18, 25, 35, 40, 42 классов МКТУ, однородных услуге 35 класса МКТУ «*продвижение товаров для третьих лиц*» противопоставленного товарного знака по свидетельству №258402 и услуге 42 класса МКТУ «*реализация товаров (промышленных, в том числе одежды*

и продовольственных)» противопоставленного товарного знака по свидетельству №184929.

Правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 был в установленном порядке извещен о поступившем возражении и 19.01.2026 представил свой отзыв по его мотивам (продублировано 21.01.2026).

В отзыве указывается, что спорный словесный элемент «PODIUMRUM» оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 будет транслитерировано потребителем в качестве вымышленного слова «ПОДИУМРУМ», которое не ассоциируется с противопоставленными товарными знаками по свидетельствам №258402, №184929. Также правообладатель полагает, что для потребителя установить семантику слова «RUM» не представляет сложности в силу общедоступности онлайн-переводчиков.

Правообладатель приводит сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленных товарных знаков, согласно которому сравниваемые обозначения отличаются фонетически, не ассоциируются друг с другом по смыслу и производят разное общее зрительное впечатление, что обуславливает вывод о том, что они не имеют сходства до степени смешения.

В отзыве приводятся доводы об отсутствии однородности сопоставляемых услуг 42 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству №184929, которые, как полагает правообладатель, связаны с продажей промышленной одежды, т.е. продукции, относящейся к 09 классу МКТУ, а не 18, 25 классам МКТУ, приведенных в перечне оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586. Что касается услуг 35 класса МКТУ, то правообладатель считает, что услуги по продвижению товаров противопоставленного товарного знака по свидетельству №258402 имеют отношение к рекламе, а не к продаже, в то время как оспариваемый товарный знак по свидетельству №764586 включает множество неоднородных позиций.

Правообладатель обращает внимание, что за долгий период существования оспариваемого товарного знака лица, которым ранее принадлежало исключительное право на противопоставленные товарные знаки, ему претензий не предъявляли, в то

время как лицо, подавшее возражение, имеет репутацию недобросовестного лица, что подтверждается, в частности, приведенными в решении Арбитражного суда Новосибирской области от 09.07.2020 по делу №А45-44050/2019 выводами о злоупотреблении ИП Ибатуллиным А.В. при взыскании компенсации за нарушение исключительного права на товарные знаки «ПЛАНЕТА» по свидетельствам №299509, №647502.

В свете изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить правовую охрану товарного знака по свидетельству №764586 в силе.

Следует отметить, что лицо, подавшее возражение, отсутствовал на заседании коллегии. При этом, уведомив лицо, подавшее возражение, о его планируемом рассмотрении, коллегия исчерпала свои возможности по извещению указанной стороны спора. Согласно положениям пункта 41 Правил ППС неявка сторон спора, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания. Таким образом, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №764586 было рассмотрено в отсутствие ИП Ибатуллина А.В.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующего на заседании коллегии представителя правообладателя, коллегия сочла доводы возражения неубедительными.

С учетом даты приоритета (03.10.2019) оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями подпункта 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 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 настоящей статьи.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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; расположения близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение;

число слогов в обозначениях; место совпадающих звуко сочетаний 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 обозначение 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.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

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

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

В соответствии с требованиями пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течении пяти лет со дня публикации сведений о государственной регистрации товарного знака в официальном бюллетене, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 6 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Исходя из положений пункта 1 статьи 1513 Кодекса, предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено по основаниям и в сроки, предусмотренные статьей 1512 настоящего Кодекса, путем подачи возражения против такого предоставления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

В соответствии со статьей 191 Кодекса, течение срока, определенного периодом времени, начинается на следующий день после календарной даты или наступления события, которым определено его начало.

Согласно пункту 1 статьи 192 Кодекса срок, исчисляемый годами, истекает в соответствующий месяц и число последнего года срока.

Как отмечалось выше, сведения о предоставлении правовой охраны товарному знаку по свидетельству №764586 были опубликованы 26.06.2020 в официальном бюллетене «Товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров» №13 за 2020 год. В этой связи предусмотренный законодательством пятилетний срок для оспаривания правомерности предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №764586 начинается с 27.06.2020 и заканчивается 26.06.2025.

Настоящее возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №764586 поступило в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 04.07.2025, однако было направлено ИП

Ибатуллиным А.В. посредством почты 26.06.2025 (согласно штампу почтового отделения связи на конверте, в котором поступило возражение), т.е. в пределах предусмотренного пунктом 2 статьи 1512 Кодекса срока.

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Законодательство не конкретизирует понятие «заинтересованное лицо», поэтому таковым может быть признано любое лицо, обосновавшее наличие фактического интереса в признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку (постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 03.04.2012 №16133/11), при этом заинтересованность следует устанавливать в каждом конкретном случае применительно к конкретным основаниям оспаривания предоставления правовой охраны товарному знаку и к тем мотивам, по которым подается возражение.


Основанием для подачи возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №764586 с приоритетом от 03.10.2019 явилось, имеющееся, по мнению ИП Ибатуллина А.В. нарушение его исключительного права на товарные знаки по свидетельству №258402 с приоритетом от 03.04.2003 и по свидетельству №184929 с приоритетом от 02.04.1998.

Необходимо отметить, что предусмотренное пунктами 6 и 10 статьи 1483 Кодекса ограничение в отношении государственной регистрации товарного знака установлено в пользу обладателя «старшего» права на названное средство индивидуализации.

Наличие у лица, подавшего возражение, права на товарные знаки с более ранним приоритетом, которое как оно полагает, нарушено регистрацией оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586, позволяет признать ИП Ибатуллина А.В. заинтересованным в подаче настоящего возражения лицом.

По существу возражения в части доводов о несоответствии оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса необходимо отметить следующее.



Оспариваемый комбинированный товарный знак «» по свидетельству №764586 включает в свой состав композицию из изобразительного элемента в виде латинской буквы «P» в круге и написанного при помощи латинского алфавита слова «PODIUMRUM» в стандартном шрифтовом исполнении. Все элементы оспариваемого товарного знака выполнены в белом цвете и расположены на фоне четырехугольника черного цвета.

Правовая охрана товарного знака по свидетельству №764586 предоставлена в отношении широкого перечня товаров и услуг 18, 25, 35, 40, 42 классов МКТУ.

В свою очередь противопоставленный товарный знак «**PODIUM**» по свидетельству №258402 является словесным, состоит из единственного словесного элемента «PODIUM», выполненного стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Товарный знак по свидетельству №258402 зарегистрирован для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «**ПОДИУМ**» по свидетельству №184929 также является словесным, состоит из единственного словесного элемента «ПОДИУМ», выполненного стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита. Товарный знак по свидетельству №184929 зарегистрирован, в частности, для индивидуализации услуг 42 класса МКТУ.

При сопоставительном анализе оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №258402, 184929 коллегия руководствуется сложившимися правоприменительными судебными подходами относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированными в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой

для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

При наличии соответствующих доказательств суд, определяя вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения, оценивает и иные обстоятельства, в том числе: используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров; длительность и объем использования товарного знака правообладателем; степень известности, узнаваемости товарного знака; степень внимательности потребителей (зависящая в том числе от категории товаров и их цены); наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

Суд учитывает влияние степени сходства обозначений, степени однородности товаров, иных обстоятельств на вероятность смешения, а не каждого из соответствующих обстоятельств друг на друга.

Обращение к перечням товаров и услуг сравниваемых товарных знаков показало, что они, в частности, включают услуги 35 и 42 классов МКТУ.

Так, правовая охрана товарному знаку по свидетельству №764586 предоставлена в отношении услуг 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; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых

и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; 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 коммерческие лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческие программы возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги РРС; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая».

Приведенные услуги 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 относятся к таким родовым категориям как менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба, а также продвижение товаров.

В соответствии с общедоступными словарно-справочными источниками информации понятие «менеджмент¹» трактуется как совокупность принципов, методов, средств и форм управления экономическим субъектом для улучшения эффективности его деятельности, снижения затрат и увеличения прибыли.

¹ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/7715>, словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001.

Деловое администрирование или бизнес-администрирование² - это процесс управления бизнесом. Включает в себя все аспекты контроля и надзора за деловыми операциями и связанными с ними сферами, в том числе бухгалтерский учёт, финансы и маркетинг.

Исходя из терминологии, приведенной в словарно-справочных источниках³, офис - канцелярия, контора, служба, а также специально оборудованное помещение для такой службы. Таким образом, под офисом подразумевается служба типа канцелярии, функция которой - получать и выпускать документы, а также отслеживать их движение.

Под продвижением товаров следует понимать совокупность мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличение их сбыта, расширения рыночного поля товаров, что подразумевает как рекламную, так и торговую деятельность.

Согласно Федеральному закону от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Понятие «торговля» согласно ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» трактуется как вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям. Под оптовой торговлей понимается торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием, а розничная торговля предполагает торговлю товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

В свою очередь, противопоставленный товарный знак по свидетельству №258402 зарегистрирован для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ «*продвижение товаров для третьих лиц*», а противопоставленный товарный знак по

² [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Бизнес-администрирование](https://ru.wikipedia.org/wiki/Бизнес-администрирование).

³ https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/24036/ОФИС, Словарь иностранных слов.- Комлев Н.Г., 2006.

свидетельству №184929 - для индивидуализации услуг 42 класса МКТУ «реализация товаров (промышленных, в том числе одежды, и продовольственных)»).

Услуги 35, 42 классов МКТУ, приведенные в перечнях противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №258402, №184929 в сфере продвижения товаров, относятся к одной и той же родовой категории с услугами 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; 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 рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных

материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]». Указанные услуги характеризуются одинаковым назначением, кругом потребителей, следовательно, имеют высокую степень однородности.

Однако услуги 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 в сфере бизнес-администрирования; менеджмента, офисной службы, а именно «*абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; аренда офисного оборудования в коворкинге; 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; запись сообщений [канцелярия]; информация деловая; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с*

общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; 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 через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; регистрация данных и письменных сообщений; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; 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; 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 программами часто путешествующих; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги

по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая», не являющиеся деятельностью по введению в гражданский оборот продукции и ее рекламе, не могут быть признаны однородными с услугами, приведенными в перечне противопоставленных товарных знаков.

Помимо указанного, следует отметить, что услуги 42 класса МКТУ противопоставленного товарного знака свидетельству №184929 содержат указание на товары, в отношении которых осуществляется торговая деятельность, а именно, речь идет о реализации продовольственных и промышленных товаров, в том числе одежды.

В этой связи следует отметить, что правоприменительная практика свидетельствует о том, что при определенных обстоятельствах товары и услуги могут быть признаны однородными между собой, в частности, услуги по реализации конкретных товаров могут быть признаны однородными этим товарам. Данной позиции придерживается Суд по интеллектуальным правам, например, в решении от 05.03.2021 по делу №СИП-243/2020.

В этой связи следует констатировать, что деятельность лица, подавшего возражение, по введению в гражданский оборот одежды следует признать однородной товарам 25 класса МКТУ *«апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши [теплые носочно-чулочные изделия]; гетры; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье*

нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для сна (одежда); меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы; подпяточники для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса-кошельки [одежда]; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли гимнастические; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа;

шапочки купальные; шарфы; шипы для ботс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрилли; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586, представляющим собой различные предметы одежды.

Что же касается упоминания в перечне противопоставленного товарного знака по свидетельству №184929 таких понятий как продовольственные и промышленные товары, то в этой части необходимо отметить следующее.

Под продовольственными товарами подразумеваются продукты животного, растительного, микробиологического, минерального, искусственного или биотехнологического происхождения в натуральном, обработанном или переработанном виде, которые предназначены для употребления человеком в пищу. Определение продовольственных товаров приводится в Федеральном законе от 02.01.2000 №29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», является тождественным таким понятиям как «пищевые продукты», «пищевая продукция», «продукты питания». В отношении продуктов питания, т.е. товаров 29, 30 классов МКТУ, оспариваемый товарный знак по свидетельству №764586 не зарегистрирован.

В свою очередь под наименованием «промышленные товары⁴» подразумеваются товары, покупаемые для производства других товаров, удовлетворяющих потребительский спрос. Промышленные товары подразделяются на товары капитальные или производительные, а также на товары, являющиеся сырьем для производства потребительских товаров.

Упомянутая в перечне противопоставленного товарного знака по свидетельству №184929 категория продукции «промышленные товары» не конкретизирована определенными товарами, является слишком широкой, поэтому не представляется возможным соотнести реализацию таких изделий с товарами 18 класса МКТУ *«альпенштоки; беби-слинги; бирки багажные; бумажники; вальтрапы; визитницы; возжжи; возжжи для поддержания детей при ходьбе; гамаки-перевязи для ношения младенцев; гарнитуры сбруйные; держатели для кредитных карт [бумажники]; детали для стремян резиновые; замша, за исключением используемой для чистки;*

⁴ Большой бухгалтерский словарь. - М.: Институт новой экономики. Под редакцией А.Н. Азрилияна. 1999, https://buhgalterskiy_slovar.academic.ru/8593/ТОВАР%2С_ПРОМЫШЛЕННЫЙ?ysclid=mocomhu64f624565128.

зонты; зонты солнечные; изделия шорно-седельные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; каркасы для женских сумок; картдержатели [бумажники]; кейсы из кожи или кожкартона; клапаны кожаные; кнуты; коврики для верховой езды; кожа искусственная; кожа необработанная или частично обработанная; кожкартон; козухи для рессор кожаные; кольца для зонтов; коробки для шляп кожаные; коробки из кожи или кожкартона; коробки из фибры; кошельки; кошельки из металлических колечек; крепления для седел; крупоны [кожсевенные полуфабрикаты]; ленчики седел; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; молескин [имитация кожи]; наборы дорожные [кожгалантерея]; наколенники для лошадей; намордники; недоуздки для лошадей; несессеры для туалетных принадлежностей незаполненные; обивка мебельная из кожи; одежда для домашних животных; одеяла для животных; отделка кожаная для мебели; ошейники для животных; палки для пеших прогулок; папки деловые; папки для нот; перевязи для ношения ребенка; пленка газонепроницаемая из кишок животных; плетки многохвостые; поводки; подкладки мягкие под седла для верховой езды; подковы; подпруги кожаные; полотна кожаные; попоны для лошадей; портмоне; портпледы; портупей кожаные; портфели [кожгалантерея]; постромки [конская сбруя]; пушнина; рандосеру [японский школьный ранец]; ранцы; ремешки кожаные; ремни для военного снаряжения; ремни для конской сбруи; ремни для коньков; ремни кожаные [изделия шорные]; ремни подбородочные кожаные; ремни стременные; ручки для зонтов; ручки для тростей; ручки для чемоданов; ручки-держатели для переноски хозяйственных сумок и пакетов; рюкзаки; саквояжи; седла для лошадей; сетки хозяйственные; спицы для дождевых или солнечных зонтов; стремена; сумки; сумки для альпинистов; сумки для одежды дорожные; сумки для слесарных инструментов пустые; сумки женские; сумки пляжные; сумки седельные; сумки сортировочные для багажа; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные; сумки хозяйственные на колесах; сумки школьные; сумки-кенгуру для ношения детей; сундуки дорожные; сундуки дорожные [багажные]; сундуки из фибры; торбы [мешки для кормов]; трензели для конской сбруи; трости; трости для зонтов; трости складные, преобразуемые в сиденья; тфилин [филактерии]; удила [сбруя конская];

уздечки [конская сбруя]; упряжь для животных; футляры для ключей; хомуты для лошадей; чемоданы; чемоданы моторизованные; чемоданы на колесах; чемоданы плоские; чемоданы плоские для документов; чепраки под седло для лошадей; чехлы для дождевых зонтов; шевро; шкуры выделанные; шкуры животных; шкуры крупного рогатого скота; шнуры кожаные; шоры [сбруя конская]; этикетки кожаные; ягдташи [охотничьи аксессуары]; ящики из фибры» оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586.

Также оспариваемый товарный знак по свидетельству №764586 зарегистрирован в отношении услуг 40 класса МКТУ «аппретирование бумаги; аппретирование текстильных изделий; варка пива для третьих лиц; восстановление отходов; вулканизация [обработка материалов]; выделка шкур; выжимание сока из плодов; вышивание; гальванизация; гальванопокрытие; гравирование; дезактивация вредных материалов; дезодорация воздуха; декаприрование; дубление; закалка металлов; замораживание пищевых продуктов; золочение; золочение гальваническое; информация по вопросам обработки материалов; кадмирование; каландрирование тканей; консервирование пищевых продуктов и напитков; копчение пищевых продуктов; крашение кожи; крашение мехов; крашение обуви; крашение текстильных изделий; крашение тканей; ламинирование; литография; литье металлов; лощение мехов; лужение; меднение; набивка чучел; намагничивание; никелирование; обработка абразивная; обработка бумаги; обработка воды; обработка древесины; обработка киноплёнки; обработка кожи; обработка краев тканей; обработка металлов; обработка мехов; обработка мехов средствами против моли; обработка отходов [переработка]; обработка текстильных изделий средствами против моли; обработка тканей для придания водоотталкивающих свойств; обработка тканей для придания несминаемости; обработка тканей для придания огнестойкости; обработка тканей, текстильных изделий; обработка чистовая; обработка шерсти; обрамление художественных работ; окраска стекол нанесением поверхностного покрытия; освежение воздуха; отбеливание тканей; очистка воздуха; пайка; переделка одежды; переработка мусора и отходов; переработка нефти; печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; плакирование металлов;

полиграфия; полирование с помощью абразивов; помол муки; пошив одежды; производство хлеба на заказ; прокат бойлеров; прокат вязальных машин; прокат генераторов; прокат климатического оборудования; прокат кондиционеров; прокат отопительных приборов дополнительных; проявление фотопленок; работы гончарные; работы кузнечные; работы монтажно-сборочные по заказу для третьих лиц; работы переплетные; работы сварочные; работы стеклодувные; работы шорно-седельные; размалывание; раскрой тканей; распиловка материалов; рафинирование; рубка и разделка леса; сатинирование мехов; серебрение; сжигание мусора и отходов; скрайбирование лазерное; снование [ткачество]; сортировка отходов и вторично переработанных материалов [переработка]; составление фотокомпозиции; стегание материала; строгание материалов; сукноваляние; тонирование автомобильных стекол; убой скота; уничтожение мусора и отходов; усадка тканей; услуги 3D-печати на заказ для третьих лиц; услуги зубных техников; услуги криоконсервации; услуги по изготовлению ключей; услуги по окрашиванию; услуги по пескоструйной обработке; услуги по энергопроизводству; услуги портных; фасонирование мехов по заказу; фотогравировка; фрезерование; хромирование; цветodelение; цинкование; шелкография; шлифование оптического стекла» и услуг 42 классов МКТУ «анализ воды; анализ компьютерных систем; анализ почерка [графология]; анализ химический; аудит в области энергетики; восстановление компьютерных данных; дизайн визитных карточек; дизайн графический рекламных материалов; дизайн интерьерный; дизайн промышленный; дизайн художественный; защита информационных систем от вирусов; изыскания в области нефтяных месторождений; изыскания геологические; инжиниринг; инсталляция программного обеспечения; информация метеорологическая; испытания клинические; испытания материалов; испытания текстильных изделий; исследования в области бактериологии; исследования в области биологии; исследования в области геологии; исследования в области защиты окружающей среды; исследования в области косметологии; исследования в области механики; исследования в области сварки; исследования в области строительства зданий; исследования в области телекоммуникационных технологий; исследования в области физики; исследования в

области химии; исследования и разработка новых товаров для третьих лиц; исследования медицинские; исследования научно-технические в области патентного картирования; исследования научно-технические в области стихийных бедствий; исследования научные; исследования нефтяных месторождений с целью эксплуатации; исследования подводные; исследования технологические; калибровка [измерения]; консультации в области дизайна веб-сайтов; консультации в области информационной безопасности; консультации в области информационных технологий; консультации в области разработки и развития компьютерной техники; консультации по вопросам архитектуры; консультации по вопросам информационной безопасности; консультации по вопросам программного обеспечения; консультации по защите цифровых данных; консультации по технологическим вопросам; контроль за нефтяными скважинами; контроль качества; контроль технический автомобильного транспорта; межсезоние; моделирование одежды; модернизация программного обеспечения; мониторинг компьютерных систем для выявления неисправностей; мониторинг компьютерных систем для обнаружения несанкционированного доступа или взлома данных; мониторинг компьютерных систем с удаленным доступом; обеспечение программное как услуга [SaaS]; обслуживание программного обеспечения; определение подлинности произведений искусств; оформление интерьера; оценка качества леса на корню; оценка качества шерсти; оцифровка документов [сканирование]; перенос данных или документов с физического носителя на электронный; планирование городское; предоставление информации в области компьютерных технологий и программирования через веб-сайты; предоставление научной информации и консультаций, связанных с сокращением выбросов парниковых газов; предоставление поисковых средств для Интернета; предоставление программной платформы готовой к использованию облачных сервисов [PaaS]; преобразование данных и информационных программ, за исключением физического преобразования; проведение исследований по техническим проектам; проектирование компьютерных систем; прокат веб-серверов; прокат компьютеров; прокат программного обеспечения; разблокировка мобильных телефонов; разведка геологическая; разведка нефтяных месторождений; размещение компьютерных

сайтов [веб-сайтов]; размещение серверов; разработка компьютерных платформ; разработка планов в области строительства; разработка программного обеспечения; разработка программного обеспечения для издательского дела; рассеивание облаков; сервер хостинг; советы по вопросам экономии энергии; создание и разработка информационных каталогов на базе веб-сайтов для третьих лиц [услуги в области информационных технологий]; создание и техническое обслуживание веб-сайтов для третьих лиц; составление программ для компьютеров; составление технической документации; тиражирование компьютерных программ; услуги «облачных» вычислений; услуги архитектурные; услуги в области химии; услуги внешние в области информационных технологий; услуги дизайнеров в области упаковки; услуги дистанционного резервного копирования данных; услуги консультационные в области информационных технологий; услуги консультационные в области телекоммуникационных технологий; услуги научных лабораторий; услуги по прогнозированию погоды; услуги по созданию образа [промышленная эстетика]; услуги по составлению географических карт; услуги разведочные в области нефтяной, газовой и горнодобывающей промышленности; услуги шифрования цифровых данных; хранение данных в электронном виде; экспертиза в области нефтяных месторождений; экспертиза геологическая; экспертиза инженерно-техническая; электронное отслеживание операций с кредитными картами для обнаружения мошенничества через Интернет; электронное отслеживание персональных данных для обнаружения кражи информации через Интернет».

Вышеприведенные услуги 40, 42 классов МКТУ оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 не связаны с продвижением и продажей товаров, вследствие чего их однородность с услугами 35, 42 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №258402, №184929 не усматривается.

Таким образом, по результатам сопоставительного анализа сравниваемых товарных знаков усматривается высокая степень однородности всех товаров 25 класса МКТУ и вышеуказанной части услуг 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака

по свидетельству №764586 с услугами 35, 42 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №258402, №184929.

В свою очередь сопоставительный анализ сравниваемых товарных знаков



и «**PODIUM**», «**ПОДИУМ**» показал следующее.

В состав оспариваемого комбинированного товарного знака по свидетельству №764586 входит изобразительный элемент в виде буквы «P» в круге и слово «**PODIUMRUM**», которые в равной степени обладают индивидуализирующими свойствами. При этом словесный элемент «**PODIUMRUM**» отсутствует в качестве лексической единицы какого-либо языка, что обуславливает вывод о его выдуманном характере.

Единственными индивидуализирующими элементами в составе противопоставленных словесных товарных знаков по свидетельствам №258402, №184929 являются слова «**PODIUM**», «**ПОДИУМ**», которые являются семантическими и фонетическими эквивалентами друг друга, означая в английском и русском языках: 1) в древнеримской архитектуре: основание храма со ступенями на торцевой стороне; 2) в древнеримском цирке: возвышение с креслами для императора и других высокопоставленных лиц; 3) у скульпторов, художников, модельеров: возвышение для природы, для демонстрации моделей⁵.

Выдуманный характер словесного элемента «**PODIUMRUM**» оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 нивелирует значение семантического критерия сходства сравниваемых обозначений.

Кроме того, поскольку противопоставленные словесные товарные знаки выполнены в стандартной шрифтовой манере без визуальных особенностей, оказывающих влияние на их восприятие, графический критерий сходства в данном случае в целом имеет второстепенное значение.

Тем самым, основным критерием, определяющим сходство оспариваемого и противопоставленных товарных знаков, выступает фонетический признак сходства.

⁵ Толковый словарь иностранных слов Л. П. Крысина. - М: Русский язык, 1998, https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/28163/ПОДИУМ?ysclid=mocsv5uuqq440136416.

В этой связи следует констатировать, что индивидуализирующие словесные элементы «PODIUMRUM» и «PODIUM», «ПОДИУМ» сравниваемых товарных знаков имеют фонетические отличия, обусловленные разным составом гласным и согласных звуков (букв), разным количеством слогов.

Имеющиеся отличия сравниваемых обозначений обуславливают их разное восприятие потребителем, а, следовательно, исключают вероятность ассоциирования друг с другом и возможность смешения в гражданском обороте, несмотря на установленную выше однородность товаров и услуг 25, 35, 42 классов МКТУ, для сопровождения которых они предназначены, в силу чего основания для вывода о несоответствии товарного знака по свидетельству №764586 требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Что касается довода лица, подавшего возражение, о несоответствии товарного знака по свидетельству №764586 требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса, то необходимо отметить следующее.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса по общему правилу может быть применено к товарному знаку, представляющему собой обозначение, состоящее из отдельных фрагментов, где один из таких фрагментов представляет собой средство индивидуализации другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения).

В настоящее время Судом по интеллектуальным правам выработаны критерии оценки сходства сравниваемых обозначений на предмет их соответствия требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса. Так, пункт 10 статьи 1483 Кодекса, в отличие от пункта 6 названной статьи, предполагает сопоставление не «старшего» и «младшего» товарных знаков в целом, а целого «старшего» товарного знака с элементом «младшего» товарного знака; такое основание применяется, в частности, в ситуации, когда смешение между «старшим» и «младшим» товарными знаками в целом отсутствует, но

очевидно, что правообладатель «младшего» товарного знака использовал в своем знаке элемент «старшего».

Как отмечалось выше, в состав оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 фантазийный словесный элемент «PODIUMRUM» выполняет основную индивидуализирующую функцию, зрительно доминирует, является единым и неделимым. В связи с изложенным оснований для применения пункта 10 статьи 1483 Кодекса при сопоставлении оспариваемого и противопоставленных товарных знаков в данном случае в принципе не имеется.

Принимая во внимание все вышеизложенные обстоятельства дела в совокупности, коллегия пришла к выводу об отсутствии оснований для вывода о несоответствии оспариваемого товарного знака по свидетельству №764586 требованиям, установленным подпунктом 2 пункта 6 и пунктом 10 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 04.07.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №764586.