

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 апреля 2020 г. № 644/261, рассмотрела поступившее 06.05.2024 возражение ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023738773, при этом установила следующее.

Регистрация словесного обозначения «POLZA» в качестве товарного знака по заявке №2023738773 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 13.07.2022 испрашивалась на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента от 19.03.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака было принято на основании его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное несоответствие обосновывается в заключении по результатам экспертизы тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с зарегистрированными товарными знаками:

- «POLZA» (№936722 [1] с приоритетом от 27.03.2008) на имя Общества с ограниченной ответственностью «ФК ПУЛЬС», 141402, Московская обл., г. Химки, ул. Ленинградская, д. 29, этаж 2, каб. 98, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- «POLZA» (№№289701, 279411, 279412 [2-4] с приоритетом от 22.04.2004) на имя Богуславской Карины Ирековны, 422624, Республика Татарстан, Лаишевский муниципальный р-н, д. Матюшино, ул. Богатая, д. 1, в отношении товаров и услуг 03, 16, 29, 30, 35, 39, 42 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- «ПОЛЬЗА» (№936706 [5] с приоритетом от 27.03.2008) на имя Общества с ограниченной ответственностью «ФК ПУЛЬС», 141402, Московская обл., г. Химки, ул. Ленинградская, д. 29, этаж 2, каб. 98, в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ.

- с товарным знаком «ПОЛЬЗА AG» (№454688 [6] с приоритетом от 04.10.2010) на имя Закрытого акционерного общества «БИОВЕТДОН», 344064, г. Ростов-на-Дону, ул. Волоколамская, 3, в отношении товаров и услуг 32, 35, 39, 40, 42 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ.

Заявитель выразил свое несогласие с данным решением в поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) возражении, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель существенно сузил свои притязания, конкретизировав ранее заявленные позиции до деятельности, которую он фактически осуществлял и продолжает осуществлять на сегодняшний день, а именно: «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; аудит коммерческий; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров для продвижения банковских карт; информация деловая для потребителей банковской отрасли; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная] в отношении выбора банковских продуктов; маркетинг для продвижения банковских карт для третьих лиц; организация выставок в коммерческих или рекламных целях с целью продвижения банковских продуктов; подготовка платежных документов; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; предоставление деловой

информации через веб-сайты для держателей банковских карт с целью информирования о программах лояльности; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью для потребителей банковских карт; продвижение продаж для третьих лиц с участием в банковской программе лояльности, за исключением услуг снабженческих для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; распространение рекламных материалов для привлечения потребителей и партнеров банковских карт; рассылка рекламных материалов для продвижения банковских проектов; реклама интерактивная в компьютерной сети для продвижения банковских карт с кэшбеком; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц при использовании банковских карт, подключенных к предлагаемым банком сервисам; управление потребительской лояльностью в отношении банковских карт; управление программами часто путешествующих для начисления кэшбека по банковским картам; услуги по подаче налоговых деклараций»;

- заявленное обозначение представляет собой продолжение серии товарных знаков заявителя. На имя заявителя, ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», до даты приоритета заявки №2023738773 были зарегистрированы товарные знаки со словесным элементом «ПОЛЬЗА» по свидетельствам №№572138, 526156, 519568, 572325, 516232, в том числе для части однородных заявленным услуг 35 класса МКТУ, а также знак «ПОЛЬЗА» по свидетельству №547545 для товаров 09 класса МКТУ и товарный знак «POLZA» по свидетельству №943460 для товаров 09 и услуг 36, 38, 41, 42 классов МКТУ;

- по мнению заявителя, экспертизой был нарушен принцип законных ожиданий заявителя, поскольку заявленное обозначение является латинской транслитерацией слова «ПОЛЬЗА»;

- отсутствует сходство до степени смешения заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками, так как сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация и для которых

зарегистрированы противопоставленные товарные знаки, не являются однородными;

- необходимо принять во внимание деятельность заявителя, которая существенно отличается от деятельности правообладателей противопоставленных товарных знаков. Заявитель является администратором домена KARTAPOLZA.RU с 2012 года, согласно информации с сайта провайдера «RU-CENTER»;

- заявитель активно использует обозначение «ПОЛЬЗА» для банковских карт (дебетовых, кредитных) с условиями кэшбэка от партнеров-магазинов одежды, продуктов питания, бытовой техники, детских товаров, агентств путешествий, автозаправочных станций, аптек, салонов красоты, ресторанов и кафе и других товаров и услуг с 2012 года. Суть программы лояльности в том, что пользователи (потребители) данной программы, имея карту «ПОЛЬЗА», совершают покупки у партнеров программы, накапливают бонусные баллы и получают скидки при приобретении товаров у партнеров программы лояльности. За столь длительный период работы банковского проекта «ПОЛЬЗА» он стал известен и выгоден как потребителям банковских карт, которые активно используют кэшбек и программу лояльности, так и партнерам, которые за счет подключения к программе лояльности продвигают свои товары/услуги среди потребителей, о чем свидетельствуют публикации и отзывы в сети Интернет. В 2015 году эксперты исследовательской компании Frank Research Group признали лучшей бонусной программой кредитную карту «Польза» Хоум Кредит Банка. Подробнее на сайте Banki.ru <https://www.banki.ru/news/research/?id=8008847>;

- банковский проект «ПОЛЬЗА» неоднократно становился победителем различных премий в банковском и финансовом секторе. Например, по итогам IV Национального конкурса в области маркетинга лояльности Loyalty Awards Russia 2017 банковский проект «ПОЛЬЗА» стал победителем в номинации «Лучшая программа лояльности финансовых институтов» <https://www.loyaltyawards.ru/lar2017winners>;

- в соответствии с приложенными справками от операторов связи только за 2022 года не менее 700 000 пользователей мобильной связи были знакомы с наличием услуг, предоставляемых сервисом POLZA. Период за 2023-2024 гг. показывает, что потребители продолжают быть подписчиками, пользователями сервиса POLZA, предоставляемого заявителем;

- приведенная выше информация, а также приложенные публикации из сети Интернет и справки свидетельствуют о фактическом и длительном ведении заявителем деятельности в области банковской и финансовой сферы, а также за счет особой партнерской программы лояльности доказывают известность в оказании сопутствующих текущему роду деятельности заявленных услуг 35 класса МКТУ для третьих лиц;

- противопоставленный товарный знак по свидетельству №454688 на имя ЗАО «БИОВЕТДОН», зарегистрированный для товаров 32 и ограниченного перечня услуг 35, 39, 40, 42 классов МКТУ, и заявленное обозначение POLZA не являются сходными до степени смешения, так как существенно различаются по всем трем критериям оценки сходства сравниваемых обозначений;

- при этом ЗАО «БИОВЕТДОН» (ИНН 6165024004) занимается производством безалкогольных напитков; производством минеральных вод и прочих питьевых вод в бутылках, основной ОКВЭД – 11.07. Кроме этого, имеет дополнительные ОКВЭД в своей деятельности, согласно сведениям из ЕГРЮЛ на сайте ИФНС России, никак не связанные с банковской и финансовой деятельностью. Следовательно, с учетом существенных различий заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №454688, сферы деятельности заявителя и правообладателя противопоставленного товарного знака существенно различаются, имеют разный круг потребителей и рынок сбыта/оказания услуг, что полностью исключает риск возможности смешения в глазах потребителей. Более того, услуги 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству №454688 не являются однородными, так как скорректированный перечень услуг 35 класса МКТУ у заявителя имеет своей целью предоставление финансовых услуг и

финансового менеджмента, бухгалтерских услуг, повышение спроса, расширение рыночного поля товаров/услуг третьих лиц, маркетинговую и рекламную кампании, в то время как услуги 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству №454688 относятся к вспомогательной деятельности, связанной с помощью третьим лицам в области управления организациями и администрированием бизнес-процессов;

- согласно анализу деятельности правообладателя противопоставленных товарных знаков ООО «ФК «ПУЛЬС» <https://puls.ru> занимается исключительно деятельностью, связанной с фармацевтической дистрибьюцией, что не является однородной с деятельностью заявителя и также подтверждает отсутствие угрозы смешения заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, зарегистрированных на имя ООО «ФК «ПУЛЬС».

На основании изложенного в возражении выражена просьба удовлетворить возражение, отменить решение федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности об отказе и принять решение о государственной регистрации обозначения по заявке № 2023738773 с учетом сокращенного перечня услуг 35 класса МКТУ.

Приложения:

1. Платежное поручение №02063 от 03.04.2023 г.
2. Копия доверенности от имени ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».
3. Публикации ведущих банковских рейтингов о банковском продукте «ПОЛЬЗА».
4. Справка от ООО «ХКФ Банк» о выпущенных банковских картах прилагается, исх. № 2-7/826 от 10.04.2024 г.
5. Справка от ПАО «МегаФон» от 04.04.2024 и 08.04.2024 г.
6. Справка от ПАО «Мобильные ТелеСистемы» от 18.04.2024 г.
7. Справка от ПАО «ВымпелКом» от 15.04.2024 г.

8. Справка от ООО «Т2 Мобайл» о 23.04.2024 г.

9. Информация о противопоставленных товарных знаках из Открытых реестров Роспатента.

Изучив материалы дела и выслушав участвующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (13.07.2022) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 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.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), смысловым (семантическим) признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) пункта 42 Правил.

Признаки, указанные в настоящем пункте, 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 производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

Заявленное обозначение «POLZA» представляет собой словесный товарный знак, выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.


Согласно возражению государственная регистрация товарного знака испрашивается для следующих услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; аудит коммерческий; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров для продвижения банковских карт; информация деловая для потребителей банковской отрасли; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная] в отношении выбора банковских продуктов; маркетинг для продвижения банковских карт для третьих лиц; организация выставок в коммерческих или рекламных целях с целью продвижения банковских продуктов; подготовка платежных документов; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; предоставление деловой информации через веб-сайты для держателей банковских карт с целью информирования о программах лояльности; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью для потребителей банковских карт; продвижение продаж для третьих лиц с участием в банковской программе

лояльности, за исключением услуг снабженческих для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; распространение рекламных материалов для привлечения потребителей и партнеров банковских карт; рассылка рекламных материалов для продвижения банковских проектов; реклама интерактивная в компьютерной сети для продвижения банковских карт с кэшбеком; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; управление коммерческие программы возмещения расходов для третьих лиц при использовании банковских карт, подключенных к предлагаемым банком сервисам; управление потребительской лояльностью в отношении банковских карт; управление программами часто путешествующих для начисления кэшбека по банковским картам; услуги по подаче налоговых деклараций».

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023739095 оспаривается в части несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении указанных услуг ввиду сходства до степени смешения заявленного обозначения с товарными знаками [1-6], зарегистрированными на имя других лиц в отношении однородных услуг.

Товарный знак [1] представляет собой словесное обозначение «POLZA», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Знак действует для услуг 35 класса МКТУ - агентства по коммерческой информации; аукционная продажа; изучение рынка; изучение общественного мнения; испытание (тестирование) психологическое для отбора работников; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация ярмарок в коммерческих или рекламных целях; подготовка рекламных полос; демонстрация товаров; исследование в области бизнеса; информация деловая; оценка коммерческой деятельности; исследование маркетинговое; деловые справки; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; помощь покупателям в выборе и приобретении продуктов питания и непродовольственных товаров; помощь в управлении бизнесом; экономическое прогнозирование; экспертиза деловая; сбор информации к компьютерным базам

данных; импортно-экспортные агентства; управление делами артистов-исполнителей; управление делами в отелях; комплектование штата работников; консультации по организации бизнеса; консультирование относительно управления делами; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультирование относительно штата работников; аренда места для рекламы; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; наем рекламного времени в средствах информирования; обработка текстов; обновление, корректирование и совершенствование рекламных материалов; оформление витрин; перенаем помещений; советы относительно налаживания и управления делами; услуги манекенщиков для рекламы и продвижения товаров; услуги снабжения для других (закупка товаров и предоставление снабженческих услуг для третьих лиц); услуги относительно связей с общественностью; публикация рекламных текстов; радиореклама; реклама почтой; рекламные агентства; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; расклеивание афиш, объявлений; сведенный воедино ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров для выгоды третьих лиц, предоставляя возможность покупателям выбора и покупки данных товаров; размещение в одном месте, в пользу других лиц, в сети складов ассортимента товаров, а именно продовольственных и непродовольственных товаров, позволяющее покупателям удобно рассматривать и покупать эти товары; размещение объявлений вне помещений; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка почтой рекламных материалов; службы трудоустройства; продвижение товаров для третьих лиц; сбор и предоставление статистических данных; реклама телевизионная; упорядочение (систематизация) информации компьютерных баз данных.

Товарные знаки  [2-4] представляют собой словесные обозначения «POLZA», выполненные оригинальным шрифтом, в цвете и с объемными буквами. Знаки действуют, в частности, в отношении услуг 35 - агентства по импорту-экспорту, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами].

Товарный знак *ПОЛЪЗА* [5] представляет собой словесное обозначение, выполненное оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Знак [5] зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ - агентства по коммерческой информации; аукционная продажа; изучение рынка; изучение общественного мнения; испытание (тестирование) психологическое для отбора работников; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация ярмарок в коммерческих или рекламных целях; подготовка рекламных полос; демонстрация товаров; исследование в области бизнеса; информация деловая; оценка коммерческой деятельности; исследование маркетинговое; деловые справки; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; помощь покупателям в выборе и приобретении продуктов питания и непродовольственных товаров; помощь в управлении бизнесом; экономическое прогнозирование; экспертиза деловая; сбор информации к компьютерным базам данных; импортно-экспортные агентства; управление делами артистов-исполнителей; управление делами в отелях; комплектование штата работников; консультации по организации бизнеса; консультации относительно управления делами; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультирование относительно штата работников; наем (аренда) места для рекламы; наем (прокат) рекламных материалов; наем (прокат) торговых автоматов; наем рекламного времени в средствах информирования; обработка текстов; обновление, корректирование и совершенствование рекламных материалов; оформление витрин; перенаем помещений; советы относительно налаживания и управления делами; услуги манекенщиков для рекламы и продвижения товаров; услуги снабжения для других (закупка товаров и предоставление снабженческих услуг другим фирмам); услуги относительно связей с общественностью; публикация рекламных текстов; радиореклама; реклама почтой; рекламные агентства; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; расклеивание афиш, объявлений; сведенный воедино ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров для выгоды третьих лиц, предоставляя возможность покупателям выбора и покупки данных товаров; сведенный воедино ассортимент продовольственных и

непродовольственных товаров для выгоды третьих лиц, в сети складов, позволяющее покупателям возможность выбора и покупки данных товаров; размещение объявлений вне помещений; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка почтой рекламных материалов; службы трудоустройства; продвижение товаров для третьих лиц; сбор и предоставление статистических данных; реклама телевизионная; упорядочение (систематизация) информации компьютерных баз данных.



Товарный знак [6] представляет собой комбинированное обозначение в виде прямоугольника с расположенными на нем словесным элементом «Польза», выполненным оригинальным шрифтом буквами русского алфавита, и стилизованным изображением капли с буквами «Ag» и символом «+» внутри этой капли. Знак действует для услуг 35 класса МКТУ - менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; изучение общественного мнения; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям; исследования в области бизнеса; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; услуги по сравнению цен; услуги субподрядчика [управление коммерческое]; экспертиза деловая.

В результате сравнительного анализа заявленного обозначения на тождество и сходство с товарными знаками [1-6] установлено наличие сходства обозначений в целом, что обусловлено следующим.

Заявленное обозначение «POLZA» является словесным. К основным признакам сходства словесных обозначений относятся фонетический и семантический признаки.

Так, с точки зрения фонетического признака сходства словесных обозначений имеет место фонетическое тождество заявленного обозначения со знаками [1-4], а также наличие совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; наличие совпадающих слогов; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; одинаковый состав гласных, близкий состав согласных звуков в заявленном обозначении и товарных знаках [5-6].

В данном случае обозначение «POLZA» не имеет смыслового значения, отсутствует в общедоступных словарно-справочных источниках информации, что не позволяет оценить сравниваемые обозначения с точки зрения их семантики.

Графические отличия, имеющиеся в исполнении заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, имеют второстепенное значение и не приводят к выводу о возможности признания не сходными заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-6], поскольку вывода о фонетическом тождестве и сходстве обозначений является достаточным для признания сходства обозначений в целом, несмотря на их визуальные отличия. Вместе с тем, следует признать заявленное обозначение сходным по графическому признаку сходства с противопоставленным товарным знаком [1], который также как и заявленное обозначение, является словесным и также выполнен стандартным шрифтом буквами латиницы.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1-6] являются сходными, поскольку ассоциируются между собой в целом, несмотря на их отдельные отличия. При этом степень сходства обозначений является высокой.

Согласно правоприменительной практике относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О

применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» 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.

Услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака, являются идентичными и/или однородными услугам 35 класса МКТУ, для которых зарегистрированы знаки [1-6], поскольку они либо совпадают по виду, либо относятся к одним родовым группам услуг, связанных с управлением бизнесом, организацией и администрированием коммерческих или промышленных предприятий, услуги рекламы, менеджмента и продвижения товаров и услуг для третьих лиц, посреднические и информационные услуги, они также имеют одинаковое назначение (помощь бизнесу в получении прибыли), могут иметь один круг потребителей и одинаковые условия их оказания, что свидетельствует о высокой степени однородности сопоставляемых услуг.

В связи с признанием сравниваемых товарных знаков сходными между собой, а также однородности услуг, для маркировки которых они предназначены, существует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления об одном источнике их происхождения, что способно вызвать

смешение этих услуг в гражданском обороте на российском потребительском рынке товаров и услуг в случае маркировки их сравниваемыми знаками.

Наличие у заявителя ряда товарных знаков со словом «Польза» не исключает опасность смешения заявленного обозначения «POLZA» с противопоставленными товарными знаками.

В отношении довода возражения о разной сфере деятельности заявителя и правообладателей противопоставленных товарных знаков коллегия отмечает, что анализ однородности товаров/услуг осуществляется исходя из сравнения перечней товаров/услуг, указанных в свидетельствах на товарные знаки, а не на основании сведений о реальном использовании товарных знаков в гражданском обороте.

Что касается представленных в возражении сведений о деятельности заявителя, то эта информация относится к банковской деятельности и банковскому продукту «Польза» и не связана с испрашиваемыми услугами 35 класса МКТУ. При этом следует отметить, что известность этого продукта, на которую указывает заявитель, не подтверждает невозможность смешения услуг, для маркировки которых предназначены сопоставляемые обозначения, средним российским потребителем. В отношении довода возражения о нарушении Роспатентом принципа законных ожиданий коллегия отмечает, что заявитель не является обладателем исключительных прав на вариант товарного знака со словесным элементом «POLZA» в отношении испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ. Товарные знаки заявителя со словом «Польза» отличаются от заявленного обозначения как визуально, так и фонетически, товарному знаку «POLZA» правовая охрана предоставлена для иных товаров и услуг, а именно товаров 09 и услуг 36, 38, 41, 42 классов МКТУ.

Таким образом, вывод экспертизы о несоответствии обозначения по заявке №2023738773 требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать обоснованным.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 06.05.2024,
оставить в силе решение Роспатента от 19.03.2024.**