

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 28.05.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Гранд-Крио Алтай», Алтайский край, г. Барнаул (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 30.01.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022790942 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.



ALTAY

Комбинированное обозначение «RESTART» по заявке №2022790942, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 14.12.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 30.01.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных услуг 35, 43 классов МКТУ (далее – решение Роспатента), основанное на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 1 и пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В результате проведения экспертизы комбинированного обозначения, заявленного в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, установлено, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «ALTAУ» («Altay» представляет собой транслитерацию словесного элемента «Алтай». Алтай - горный регион в Азии, расположен на территории России, Казахстана, Монголии и Китая. Алтаем также неофициально называют территорию, занимаемую Алтайским краем и Республикой Алтай / см. <https://lingvostranovedcheskiy.academic.ru/13/АЛТАЙ>; Россия. Большой лингвострановедческий словарь. — М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. АСТ-Пресс. Т.Н. Чернявская, К.С. Милославская, Е.Г. Ростова, О.Е. Фролова, В.И. Борисенко, Ю.А. Вьюнов, В.П. Чуднов. 2007.), является неохраняемым на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных услуг 35, 43 классов МКТУ, поскольку указывает на местонахождения лица, оказывающего услуги.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с ранее заявленными словесными обозначениями «АЛТАЙ СПА», «ALTAУ SPA», ранее заявленными на имя ООО «Абаканская маркетинговая компания», 655017, Республика Хакасия, г. Абакан, ул. Ивана Ярыгина, 24, 37-Н, в отношении товаров и услуг 05, 35 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ (заявки № 2022777049, с приоритетом от 28.10.2022, №2022777046, с приоритетом от 27.10.2022, делопроизводство по заявкам не завершено),

- со словесными элементами «Ре старт» комбинированного знака обслуживания, зарегистрированного на имя Бондарева Дмитрия

Михайловича, 170002, г. Тверь, ул. Склизкова, 10, кв. 187, в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ (свидетельство №707347, с приоритетом от 12.12.2017),

- со словесным элементом «RESTART» комбинированного товарного знака (знака обслуживания), зарегистрированного на имя ООО «ХимПромТорг», 420124, г. Казань, ул. Меридианная, 10, кв. 26, в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ (свидетельство №685161, с приоритетом от 27.09.2017),

- со словесными элементами «АЛТАЙ», «ALTAI» серии (блока) товарных знаков, зарегистрированных на имя ЗАО «Фармацевтическое предприятие «МЕЛИГЕН», 188676, Ленинградская область, Всеволожский р-н, пос. Щеглово, 53-А, в отношении товаров 05 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ (свидетельства №653165, №653164 с приоритетом от 29.03.2016, №619470, с приоритетом от 23.07.2015, № 570467, с приоритетом от 19.01.2015, №513432, с приоритетом от 21.09.2005),

- со словесным товарным знаком (знаком обслуживания) «Rest Art», зарегистрированным на имя ООО «САНКУС», 344023, г. Ростов-на-Дону, ул. Врубовая, 34А, в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 43 классов МКТУ (свидетельство №612176, с приоритетом от 17.11.2015),

- со словесным элементом «Алтай» комбинированного знака обслуживания, зарегистрированного на имя Автономная некоммерческая организация «Туристский информационный центр Алтайского Края», 656043, Алтайский край, пр-кт Красноармейский, 16а, в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 43 классов МКТУ (свидетельство №590422, с приоритетом от 12.08.2014),

- со словесным товарным знаком «АЛТАЙ / ALTAI», зарегистрированным на имя ООО «Медлинфарм», 129329, Москва, ул. Кольская, д. 1, стр. 1, в отношении товаров 05 класса МКТУ, признанных

однородными заявленными услугами 35 класса МКТУ (свидетельство №332044, с приоритетом от 21.09.2005),

- со словесным знаком обслуживания «АЛТАЙ», зарегистрированным на имя ООО «ОРИГАМИ», 450900, Республика Башкортостан, г. Уфа, с. Нагаево, ул. Цветочная, 2, в отношении услуг 42 класса МКТУ, признанных однородными заявленными услугами 35, 43 классов МКТУ (свидетельство №716756, с приоритетом от 23.04.1998).

В поступившем возражении доводы заявителя сводятся к следующему:

- заявитель отказывается от услуг 35 класса - «изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]», а также дополнительно от услуг «агентства по коммерческой информации; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации», чтобы снять противопоставление по товарному знаку №707347,

- заявитель отказывается от части услуг 35 класса, признаваемых однородными товарам 05 класса, а именно от услуг «службы административные по медицинским направлениям; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и

медицинскими принадлежностями», чтобы снять противопоставление по товарным знакам №№ 332044, 653165, 653164, 619470 и 570467,

- словесный элемент «restart your car» (перезагрузите свой автомобиль) товарного знака №685161 не является сходным со словесным элементом обозначения «ALTAI RESTART» (алтайский перезапуск), перезапуск Алтая),

- словесный элемент «Rest Art» товарного знака №612176 не является сходным со словесным элементом заявленного обозначения, так как в противопоставленном знаке он переводится с английского языка как «искусство отдыха», что не тождественно обозначению «ALTAI RESTART» «алтайскому перезапуску» либо «перезапуску Алтая»,

- противопоставленные знаки №№ 332044, 513432, 570467, 653165, 653164, 619470 со словесным элементом «АЛТАЙ / ALTAI» не имеют никакого отношения к Алтаю, ввиду их нахождения в одном случае с ООО «Медлинфарм» - по адресу г. Москва, ул. Кольская, д. 1, стр. 1, а в другом случае – с ЗАО «Фармацевтическое предприятие «МЕЛИГЕН» - по адресу - Ленинградская область, Всеволожский р-н, пос. Щеглово, 53-А, что явно не может быть признано ни территорией Алтайского края, ни республики Алтай и, уже тем более, имеющих отношение к Казахстану, Монголии или Китаю,

- указанные противопоставления являются некорректными и ничтожными по силе в сравнении с заявленным обозначением алтайского предприятия ООО «Гранд-Крио Алтай», с юридическим и фактическим адресом местонахождения - Алтайский край, г. Барнаул, ул. Взлётная, дом 23, офис 206.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации товарного знака в отношении заявленного перечня услуг 35, 43 классов МКТУ.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (14.12.2022) поступления заявки №2022790942 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения

заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, 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. Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

В соответствии с пунктом 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно 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. 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.

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.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

- 1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих

звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в 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 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).



ALTAY

Заявленное обозначение «RESTART» является комбинированным, включает словесные элементы «ALTAY», «RESTART», выполненные стандартным шрифтом буквами латинского алфавита, и изобразительный элемент в виде круга с расходящимися от центра линиями. Правовая охрана испрашивается в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ.

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

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «ALTAY» («Altay» представляет собой транслитерацию словесного элемента «Алтай». Алтай - горный регион в Азии, расположен на территории России, Казахстана, Монголии и Китая. Алтаем также неофициально называют территорию, занимаемую Алтайским краем и Республикой Алтай / см. <https://lingvostranovedcheskiy.academic.ru/13/АЛТАЙ>; Россия. Большой лингвострановедческий словарь. — М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. АСТ-Пресс. Т.Н. Чернявская, К.С. Милославская, Е.Г. Ростова, О.Е. Фролова, В.И. Борисенко, Ю.А. Вьюнов, В.П. Чуднов. 2007), является неохраняемым на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных услуг 35, 43 классов МКТУ, поскольку указывает на местонахождения лица, оказывающего услуги, с чем заявитель не спорит.

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

Коллегия снимает в качестве противопоставлений обозначения по заявкам №2022777046, №2022777049 в связи с вынесением решений об отказе в регистрации (решения Роспатента от 29.02.2024).

Противопоставленные знаки представляет собой комбинированные и

словесные знаки [1] «» по свидетельству №707347, [2] «» по свидетельству №685161, [3] «**Rest Art**» по свидетельству №612176, [4]

«**Алтай**Тур» по свидетельству №590422, [5] «ALTAI» по свидетельству №332044, [6] «**АЛТАЙ**» по свидетельству №716756, а также серия комбинированных и словесных знаков [7] «**АЛТАЙ**» по свидетельству №653165, [8] «**ALTAI**» по свидетельству №653164, [9] «**АЛТАЙ ALTAI**» по свидетельству №619470, [10] «**АЛТАЙ**» по свидетельству №570467, **АЛТАЙ** [11] «ALTAI» по свидетельству №513432, выполненных стандартным и оригинальным шрифтом буквами латинского и кириллического алфавита, правовая охрана предоставлена в отношении, в том числе, товаров 05 и услуг 35, 42, 43 классов МКТУ.

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1-3] являются сходными в силу фонетического сходства словесных элементов «RESTART» и [1] «Re Старт», [2] «RESTART», [3] «Rest Art». Наличие фонетически тождественных звуков R E S T A R T (P E C T A P T) является определяющим при звуковом восприятии сравниваемых знаков.

Следует отметить, что наличие в противопоставленных товарных знаках [1], [3] двух словесных элементов [1] «Re Старт», [3] «Rest Art» в отличие от заявленного обозначения, включающего словесный элемент «RESTART», не может повлиять на общее фонетическое восприятие знаков, поскольку сравниваемые знаки имеют полное звуковое совпадение «RESTART» (PECTAPТ) и «Re Старт» (PE CTAPТ), «Rest Art» (PECT APТ).

В заявленном обозначении словесные элементы «ALTAI», «RESTART» выполнены в две строчки, элемент «RESTART» заключен в кавычки, что при восприятии знака акцентирует внимание в первую очередь именно на данном словесном элементе, в противопоставленном товарном знаке [2] словесный элемент «RESTART» является доминирующим, поскольку выполнен на первой строчке более крупным шрифтом по сравнению со словесным элементом «youг саг». Таким образом, наличие в заявленном обозначении и противопоставленном товарном знаке [2] словесного элемента «RESTART»,

смысловое значение которого можно определить как «повторный запуск, повторный пуск», <https://translate.academic.ru/RESTART/en/ru/>, позволяет говорить о наличии семантического сходства.

Исполнение противопоставленного товарного знака [1] буквами латинского и кириллического алфавита не позволяет определить его однозначное значение, ввиду чего в данном случае семантический критерий сходства не может быть применен.

Смысловое значение словесных элементов «Rest Art» противопоставленного товарного знака [3] можно определить как «Rest» - отдых, покой, <https://translate.academic.ru/REST/en/ru/>, «Art» - искусство, мастерство, <https://translate.academic.ru/art/en/ru/>. С учетом вышеприведенного смыслового значения заявленного обозначения смысловое значение сравниваемых обозначений «RESTART» и «Rest Art» различно, ввиду чего семантическое сходство отсутствует.

С точки зрения визуального критерия заявленное обозначение является комбинированным, словесные элементы которого выполнены стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

Противопоставленные товарные знаки [2], [3] также выполнены стандартным шрифтом буквами латинского алфавита, что позволяет говорить о сходстве знаков, в том числе, по графическому критерию.

Противопоставленный товарный знак [1] является комбинированным, словесные элементы которого выполнены стандартным шрифтом буквами латинского и кириллического алфавита. Вместе с тем, написание сравниваемых словесных элементов буквами разных алфавитов не приводит к отсутствию ассоциирования сравниваемых обозначений друг с другом.

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [4], [5], [6], [7-11] включают в свой состав словесные элементы «ALTAУ», «АЛТАЙ». В этой связи присутствие фонетически и семантически тождественного словесного элемента «ALTAУ», «АЛТАЙ» («Altay» представляет собой транслитерацию словесного элемента «Алтай». Алтай - горный регион в Азии,

расположен на территории России, Казахстана, Монголии и Китая. Алтаем также неофициально называют территорию, занимаемую Алтайским краем и Республикой Алтай / см. <https://lingvostranovedcheskiy.academic.ru/13/АЛТАЙ>; Россия. Большой лингвострановедческий словарь. — М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. АСТ-Пресс. Т.Н. Чернявская, К.С. Милославская, Е.Г. Ростова, О.Е. Фролова, В.И. Борисенко, Ю.А. Вьюнов, В.П. Чуднов. 2007.) позволяет сделать вывод о наличии фонетического и семантического сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками [4], [5], [6], [7-11].

Визуальное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков знаки [5], [8], [9], [11] обусловлено присутствием в них словесного элемента «ALTAУ», выполненного буквами латинского алфавита, что позволяет ассоциировать друг с другом сравниваемые обозначения.

Кроме того, несмотря на исключение из охраны словесного элемента «ALTAУ» сравниваемые обозначения будут ассоциироваться друг с другом, прежде всего, за счет присутствия в них фонетически тождественных элементов «ALTAУ», «АЛТАЙ», выполненных буквами латинского и кириллического алфавита и занимающих акцентное положение в знаках.

Присутствие в заявленном обозначении неохраняемого элемента не исключает применение пункта 6 статьи 1483 Кодекса, ввиду установленного сходства до степени смешения заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками [4], [5], [6], [7-11].

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки являются сходными за счет установленного сходства составляющих их элементов.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ однородности испрашиваемых услуг 35, 43 классов МКТУ заявленного обозначения и товаров 05 и услуг 35, 42, 43 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-11] показал следующее.

Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении широкого перечня услуг 35 класса МКТУ, относящихся к такой категории как «услуги в области рекламы, услуги по продвижению товаров и услуг, исследование рынка, услуги конторские, секретарские, услуги в области бухгалтерского учета, услуги в сфере бизнеса, услуги информационно-справочные, услуги посреднические», а также услуг 43 класса МКТУ, относящихся к категории услуг «услуги временного проживания, включая услуги по прокату предметов для проживания, услуги предприятий общественного питания».

Противопоставленные товарные знаки [5, 7-11] зарегистрированы в отношении следующих товаров 05 класса МКТУ:

[5] - биологические препараты, пищевые добавки для медицинских целей, минеральные пищевые добавки, кормовые добавки для медицинских целей.

[7, 8] — добавки минеральные пищевые; добавки пищевые; добавки пищевые белковые; добавки пищевые для животных; добавки пищевые дрожжевые; добавки пищевые из альгината; добавки пищевые из глюкозы; добавки пищевые из казеина; добавки пищевые из лецитина; добавки пищевые из масла льняного семени; добавки пищевые из прополиса; добавки пищевые из протеина; добавки пищевые из протеина для животных; добавки пищевые из пчелиного маточного молочка; добавки пищевые из пыльцы растений; добавки пищевые из ростков пшеницы; добавки пищевые из семян льна; добавки пищевые ферментные; жир рыбий; таблетки от кашля; препараты для расширения бронхов; микстуры; микстуры (а именно, от кашля).

[9, 10] — настойки для медицинских целей; эликсиры [фармацевтические препараты]; бальзамы для медицинских целей; препараты бальзамические для медицинских целей; препараты фармацевтические; средства тонизирующие [лекарственные препараты]; настои лекарственных; сбор чайный противоастматический; травы лекарственные; чаи травяные для медицинских целей.

[11] — биологические препараты, пищевые добавки для медицинских целей, минеральные пищевые добавки, кормовые добавки для медицинских целей.

Заявитель, соглашаясь с наличием однородных позиций в части испрашиваемых 35 класса МКТУ с товарами 05 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков, указывает, что отказывается от

следующих заявленных услуг 35 класса МКТУ: «службы административные по медицинским направлениям; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями».

Отказ заявителя от вышеперечисленной части заявленных услуг 35 класса МКТУ позволяет снять противопоставленные товарные знаки [5, 7-11], ввиду исключения однородных позиций из перечня испрашиваемых услуг.

В отношении указанных исключенных позиций услуг 35 класса МКТУ анализ однородности далее не проводится.

Противопоставленные товарные знаки [1, 2, 3, 4] зарегистрированы в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ:

[1] – изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная].

[2] – демонстрация товаров; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц.

[3] – абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; 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; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; 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; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или

промышленными предприятиями; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; 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 консультационные по управлению бизнесом; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по переезду предприятий; услуги по сравнению цен; 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.

[4] — абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; аудит; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; деловая экспертиза; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям (информация потребительская товарная); 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; макетирование рекламы; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование

экономическое; продажа аукционная; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; 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; составление рекламных рубрик в газете; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; услуги в области общественных отношений; услуги машинописные; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные (коммерческая помощь); услуги фотокопирования.

Заявитель, соглашаясь с наличием однородных позиций в части испрашиваемых 35 класса МКТУ с услугами 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1] по свидетельству №707347, указывает, что отказывается от следующих заявленных услуг 35 класса МКТУ: «агентства по коммерческой информации; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации».

Коллегия, учитывая данное ограничение, отмечает, что скорректированный перечень испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ тем не менее содержит позиции услуг 35 класса МКТУ, являющиеся однородными с услугами 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], в частности позиции «прогнозирование экономическое; услуги по исследованию

рынка; услуги по сравнению цен» признаны однородными с услугами 35 класса МКТУ «изучение рынка» противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к одной группе услуг «исследование рынка», позиции «ведение автоматизированных баз данных; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; пресс-службы; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; регистрация данных и письменных сообщений; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; услуги по составлению перечня подарков» признаны однородными с услугами 35 класса МКТУ «информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]» противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к одной группе услуг «услуги информационно-справочные».

Услуги 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [2, 3, 4] также относятся к категории услуг: «услуги в области рекламы, услуги по продвижению товаров и услуг, исследование рынка, услуги конторские, секретарские, услуги в области бухгалтерского учета, услуги в сфере бизнеса, услуги информационно-справочные, услуги посреднические».

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ являются однородными с услугами 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [2, 3, 4], так как либо полностью совпадают [2] - *демонстрация товаров; продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц*, [3, 4] - *абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бюро по найму; ведение бухгалтерских документов* и т.д., то есть являются идентичными услугам противопоставленных товарных знаков [2, 3, 4], либо тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, общие условия реализации/оказания, соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку.

Противопоставленные товарные знаки [3, 4] зарегистрированы в отношении следующих услуг 43 класса МКТУ:

[3] – агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; дома для престарелых; закусочные; кафе; кафетерии; мотели; пансионаты; пансионаты для животных; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат осветительной аппаратуры, за исключением используемой в театрах или телестудиях; прокат палаток; прокат передвижных строений; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги кемпингов; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; ясли детские.

[4] – агентства по обеспечению мест; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в пансионатах; дома для престарелых; мотели; пансионаты; пансионаты для животных; услуги кемпингов; ясли детские.

Перечень услуг 43 класса МКТУ заявленного обозначения также как и перечень противопоставленных товарных знаков [3, 4] включает единую родовую группу услуг как *«услуги временного проживания, в том числе, услуги по прокату, услуги предприятий общественного питания»*.

Таким образом, испрашиваемые услуги 43 класса МКТУ и услуги 43 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [3, 4] тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, общие условия оказания, соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку.

Коллегия отмечает, что противопоставленный товарный знак [4] по свидетельству №590422, срок действия регистрации которого до 12.08.2024, также был учтен в настоящем деле, поскольку к настоящему моменту не истек шестимесячный льготный период, предоставляемый для продления срока действия исключительного права на товарный знак.

Противопоставленный товарный знак [6] зарегистрирован в отношении следующих услуг 42 класса МКТУ:

[6] – обеспечение пищевыми продуктами и напитками; рестораны, бары; реализация товаров.

Испрашиваемые услуги 43 класса МКТУ *«закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашиоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых»* признаны однородными с услугами 42 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [6], поскольку относятся к единой родовой группе услуг «услуги предприятий общественного питания».

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ *«услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами)»* соотносятся с услугами 42 МКТУ «обеспечение пищевыми

продуктами и напитками» противопоставленного товарного знака [6], поскольку сравниваемые услуги относятся к одному виду – торговая деятельность, имеют общее назначение (обеспечение потребителей товарами), круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, а также однородность испрашиваемых услуг 35, 43 классов МКТУ соответствующим услугам 35, 42, 43 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-4, 6], их следует признать сходными до степени смешения.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-4, 6] в отношении однородных услуг 35, 43 классов МКТУ и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 28.05.2024, оставить в силе решение Роспатента от 30.01.2024.