

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 20.08.2024, поданное ООО «Управляющая Компания «Градиент», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023777735 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.



Обозначение «  » по заявке №2023777735, поданной в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 23.08.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 11.06.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта б статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:



- с изобразительным элементом товарного знака «», зарегистрированного на имя ООО «Балтийский» торговый дом, 194100, г. Санкт-Петербург, ул. Новолитовская, 15А, оф. 639, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ (св-во № 620320, с приоритетом от 24.08.16, см. открытые реестры <http://www1.fips.ru>);

- с комбинированным товарным знаком «», зарегистрированным на имя АО «Всероссийский научно-исследовательский институт «Градиент», 344000, г. Ростов-на-Дону, пр-кт Соколова, 96, в отношении товаров 05 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ (св-во № 250619 с приоритетом от 08.01.02 г., срок действия продлен до 08.01.32 г., см. открытые реестры <http://www.fips.ru>).

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- заявитель не может согласиться с вынесенным решением в части услуг 35 класса МКТУ;

- заявитель согласен с выводами экспертизы о сходстве заявленного обозначения по заявке № 2023777735 и товарного знака «ГРАДИЕНТ» по свидетельству № 250619 в отношении части услуг 35 класса МКТУ, однородных товарам 05 класса МКТУ, а именно услугам: услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями;

- вместе с тем, заявитель не может согласиться с выводами экспертизы о сходстве заявленного обозначения с товарным знаком по свидетельству № 620320;

- единственным сходным элементом является крупная латинская буква «G» в сравниваемых обозначениях, однако это не приводит к выводу о сходстве знаков, поскольку имеются иные отличия;

- сравниваемые обозначения существенно отличаются по общему зрительному впечатлению, так как буква «G» в обозначениях выполнена различными шрифтами, при этом в заявленном обозначении имеется одна буква «G», в противопоставленном знаке их две, словесные элементы обозначений выполнены разным шрифтом, в три и два ряда, соответственно, обозначения различаются цветовой гаммой, по смыслу словесные элементы различны;

- в силу изложенного, сопоставляемые обозначения не являются сходными до степени смешения и не могут вызвать путаницу в глазах потенциального потребителя;

- в возражении отмечается, что в противопоставленном товарном знаке явно присутствует желание получить знак «два в одном», что абсолютно очевидно при визуальном анализе обозначения, тогда как заявитель проявляет добросовестность к положениям законодательства об использовании товарного знака в том виде, в котором он зарегистрирован, в связи с чем одновременно были поданы два отдельных варианта обозначения по данной заявке и по заявке №2023777736;



- кроме того, графический элемент «» в противопоставленном товарном знаке не занимает доминирующего положения и тем более не сходен до степени

смешения с графическим элементом «» обозначения по заявке №2023777735;

- практика регистраций Роспатента указывает на лояльное отношение к типовому изображению заглавной буквы «G» для различных товарных знаков.

На основании вышеизложенного заявитель просит пересмотреть решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; 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 подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; 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 места для онлайн-продаж покупателям и продавцам 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; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая;

регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; 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 коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной

торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса».

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (23.08.2023) поступления заявки №2023777735 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с 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 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.

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.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно: 1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение; 2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание; 3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

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

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2023777735 заявлено



комбинированное обозначение «  », содержащее стилизованное изображение заглавной буквы «G» синего цвета и словесные элементы «ГРАДИЕНТ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ КАЖДОГО», выполненные одно под другим заглавными буквами русского алфавита синим цветом. При этом, словесный элемент «ГРАДИЕНТ» выполнен более жирным шрифтом по отношению к иным словесным элементам обозначения. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ, указанного в просительной части обозначения.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №250619 представляет собой словесное обозначение «  », включающее словесный элемент «градиент», выполненный буквами русского алфавита оригинальным шрифтом серого цвета. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 05, 09, 37 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №620320 представляет



собой комбинированное обозначение «  », содержащее в верхней и

нижней частях обозначения, одинаково выполненные изобразительные и словесные обозначения. Изобразительный элемент выполнен в виде стилизованного изображения заглавной буквы «G», которую пересекают две перпендикулярно друг другу расположенных прямых линий. Словесные элементы «ГЕОМЕТРИЯ КУХНИ» выполнены заглавными буквами латинского и русского алфавитов одно под другим стандартным шрифтом и расположены справа от указанного изобразительного элемента. Нижняя часть обозначения помещена на фоне темно-коричневого цвета. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении жёлто-зелёного, зелёного, нежно-оливкового, белого, тёмно-коричневого цветов, в том числе для услуг 35 класса МКТУ.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №250619 показал, что сравниваемые обозначения являются сходными за счет фонетического и сематического сходства словесных элементов «GRADIENT» и «градиент», входящих в состав сопоставляемых обозначений, что заявителем не оспаривается.

Анализ заявленного обозначения «  ГРАДИЕНТ
ВОЗМОЖНОСТИ
ДЛЯ КАЖДОГО » и противопоставленного



товарного знака «  » по свидетельству №620320 свидетельствует о сходстве анализируемых обозначений на основе общего зрительного впечатления. Так, сравниваемые обозначения ассоциируются друг с другом в целом, в силу сходного композиционного расположения в них изобразительных и словесных элементов. В первую очередь при восприятии сопоставляемых обозначений обращает на себя внимание сходное оригинальное стилизованное изображение заглавной латинской буквы «G», находящейся в начальной позиции обозначений, с которой, как правило, происходит осмотр и запоминание всего обозначения в целом. Несмотря на то, что сравниваемые буквы «G» отличаются цветовой гаммой, и

пересечением буквы «G» в противопоставленном знаке перпендикулярно друг другу прямым линиям, они выполнены в одной и той же графической стилистике, что, по сути, позволяет коллегии прийти к выводу о вхождении одного элемента обозначения в виде буквы «G» в состав другого обозначения. Помимо прочего, довод коллегии об акцентировании внимания потребителя на графическом элементе буквы «G» подкреплен включением её дважды в состав противопоставленного товарного знака, что в свою очередь приводит к высокой вероятности смешения сравниваемых обозначений, содержащих сходный изобразительный элемент. Немаловажным фактором сходства сравниваемых обозначений является и одинаковое расположение указанного изобразительного элемента, находящегося слева, и словесных элементов, расположенных справа, один под другим.

Изложенное выше позволяет сделать вывод о том, что заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак являются сходными по графическому признаку сходства и ассоциируются друг с другом, несмотря на некоторые отличия.

Анализ однородности испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ и товаров 05 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне противопоставленных товарных знаков, показал следующее.

Правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству №250619 предоставлена в отношении товаров 05 класса МКТУ «мази для фармацевтических целей; мази, предохраняющие от обморожения, для фармацевтических целей; средства моющие для медицинских целей; препараты для обработки ожогов».

Заявитель по заявке №2023777735 испрашивает предоставление правовой охраны заявленному обозначению в отношении скорректированных услуг 35 класса МКТУ.

Следует отметить, что согласно практике Суда по интеллектуальным правам (см. например, решение и постановление Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-937/2020) услуги, уточненные определенными товарами, следует признать однородными этим товарам. В данном случае, позиции ограниченного заявителем

перечня услуг 35 класса МКТУ сформулированы в общем виде, без конкретизации с какими-либо товарами, а услуги, соотносимые с конкретными позициями товаров, исключены. В связи с этим испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ не могут быть признаны однородными товарам 05 класса МКТУ противопоставленного товарного знака по свидетельству №250619.

С учетом отсутствия однородности сравниваемых товаров и услуг, у потребителя не возникнет принципиальная возможность смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №250619. На основании изложенного, противопоставление в виде товарного знака по свидетельству №250619 может быть снято в рамках соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Анализ испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ, указанных в просительной части возражения, и услуг 35 класса МКТУ «услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги секретарей; обработка текста; выписка счетов; информация деловая; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление внешнее административное для компаний; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; посредничество коммерческое [обслуживание]; продвижение продаж для третьих лиц; оформление рекламных материалов; услуги РРС; реклама; прокат рекламных щитов; исследования маркетинговые; написание текстов рекламных сценариев; консультации по управлению персоналом; управление программами часто путешествующих; услуги в области общественных отношений; демонстрация товаров; аренда площадей для размещения рекламы; услуги по переезду предприятий; прокат торговых стоек; агентства по импорту-экспорту; управление коммерческими проектами для строительных проектов; услуги по программированию встреч (офисные функции); систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги фотокопирования; консультации по управлению бизнесом; подготовка платежных документов; обзоры печати; услуги по сравнению цен; реклама телевизионная; организация показов мод в рекламных целях; услуги по подаче налоговых деклараций; прокат торговых стендов;

организация подписки на газеты для третьих лиц; комплектование штата сотрудников; изучение рынка; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; редактирование рекламных текстов; консультации по организации бизнеса; услуги стенографистов; менеджмент в области творческого бизнеса; составление налоговых деклараций; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; распространение образцов; управление коммерческие программы возмещения расходов для третьих лиц; радиореклама; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; производство рекламных фильмов; сведения о деловых операциях; репродуцирование документов; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; сбор информации в компьютерных базах данных; тестирование психологическое при подборе персонала; реклама наружная; рассылка рекламных материалов; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; оформление витрин; реклама почтой; управление гостиничным бизнесом; услуги машинописные; предоставление деловой информации через веб-сайты; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; продажа аукционная; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; запись сообщений [канцелярия]; управление потребительской лояльностью; сбор и предоставление статистических данных; прокат офисного оборудования и аппаратов; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; ведение автоматизированных баз данных; службы консультативные по управлению бизнесом; исследования конъюнктурные; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; реклама интерактивная в компьютерной сети; изучение общественного мнения; прокат фотокопировального оборудования; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; помощь в управлении бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент спортивный; маркетинг; расклейка афиш; телемаркетинг; оценка коммерческой деятельности; обновление рекламных материалов; прогнозирование экономическое; исследования в области

бизнеса; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; прокат торговых автоматов; аудит коммерческий; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; услуги рекламные <оплата за клик>; поиск поручителей; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; написание резюме для третьих лиц; ведение бухгалтерских документов; макетирование рекламы; экспертиза деловая; бюро по найму; составление отчетов о счетах; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; распространение рекламных материалов; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; анализ себестоимости; продвижение товаров для третьих лиц; услуги магазинов по продаже кухонной мебели и объектов кухонного интерьера» противопоставленного товарного знака по свидетельству №620320 показал, что они являются однородными, поскольку они относятся к услугам в области рекламы и продвижения товаров, услугам информационно-справочным, услугам в сфере бизнеса и администрирования, услугам конторским, секретарским, офисным, услугам по исследованию рынка, следовательно, они соотносятся друг с другом как род-вид, имеют одно назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями.

Следует учесть, что заявитель в возражении однородность данных услуг 35 класса МКТУ не оспаривает.

Маркировка однородных услуг сходными знаками обуславливает возможность возникновения у потребителя представления об их принадлежности одному лицу.

Таким образом, установленная высокая степень однородности проанализированных услуг и сходство заявленного обозначения с противопоставленным товарным знаком позволяют сделать вывод о сходстве сравниваемых знаков до степени смешения в отношении однородных услуг. Данный

вывод совпадает с позицией пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда).

Примеры регистраций товарных знаков, приведенных в возражении, не могут быть положены в основу вывода об отсутствии сходства сопоставляемых обозначений, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельным самостоятельным порядком с учетом всех материалов дела.

Резюмируя изложенное, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ, как противоречащее положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 20.08.2024, оставить в силе решение Роспатента от 11.06.2024.