

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

### **по результатам рассмотрения возражения**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) (далее - Правила ППС), рассмотрела поступившее 08.04.2024 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Ибатуллиным Азаматом Валерьяновичем, Республика Башкортостан, г. Уфа (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 705628, при этом установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке № 2018729712 с приоритетом от 16.07.2018 зарегистрирован 27.03.2019 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 705628 на имя Онищенко Максима Викторовича, 298112, Республика Крым, г. Феодосия, пр-д Новомосковский, 59, кв. 2 в отношении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства. В соответствии с договором об отчуждении исключительного права на товарный знак в отношении всех товаров и/или услуг от 14.04.2022 за № РД0393865 правообладателем товарного знака является ООО "Город24", 298100, Республика Крым, г. Феодосия, ул. Куйбышева, д. 2, кв. 13 (далее - правообладатель). Срок действия регистрации – до 16.07.2028 г. Слово «Online», цифры «24» - неохранные элементы.

Согласно описанию, приведенному в материалах заявки, оспариваемый товарный знак является комбинированным и представляет собой обозначение:



» в цветовом сочетании: «красный, фиолетовый, светло-фиолетовый».

В поступившем 08.04.2024 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 705628 оспариваемого товарного знака (1) произведена в нарушение требований, установленных пунктами 6 (2), 10 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, поступившего 08.04.2024, сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарных знаков: «ГОРОД» (2) по свидетельству № 368996 с приоритетом от 21.12.2006 (срок действия регистрации продлен до 21.12.2026 г.), «ГОРОД» (3) по свидетельству № 625887 с приоритетом от 08.06.2015, «Городок» (4) по свидетельству № 180069 с приоритетом от 11.09.1997 (срок действия регистрации продлен до 11.09.2027), «Городок» (5) по свидетельству № 718224 с приоритетом от 05.06.2017, для услуг 35, 38, 41, 42 классов МКТУ, являющихся однородными по отношению к оспариваемым услугам 35, 38, 41 классов МКТУ;
- в возражении приведены выдержки из действующего законодательства, доводы о применяемых методологиях, ссылки на судебные постановления и акты (например, дела №№ СИП-358/2019, СИП-357/2019, СИП-445/2018, СИП-210/2017 и т.д.);
- в оспариваемом знаке (1) именно словесный элемент «ГОРОД» является сильным элементом.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку (1) по свидетельству № 705628 в отношении всех услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Правообладатель оспариваемого товарного знака (1) был в установленном порядке извещен о поступившем возражении и представил отзыв по его мотивам. Основные доводы отзыва сводятся к следующему:

- правообладателем приведены выдержки из действующего законодательства и комментарии к нему, рекомендации, сведения из судебной практики и т.п.;
- учредителем ООО «Город24» является Онищенко Лада Николаевна. Онищенко Ладе Николаевне принадлежат домены [gorod24.online](http://gorod24.online), [город24.онлайн](http://город24.онлайн) и

зарегистрировано СМИАЭЛ № фс 77 - 7273804.05.2018 «ГОРОД 24. ОНЛАЙН» ([https:// rkn.gov.ru/ activity/mass-media/for-founders/media/?id=650094&page=](https://rkn.gov.ru/activity/mass-media/for-founders/media/?id=650094&page=)). Это информационный агрегатор, который по большей части работает в Крыму и на новых территориях;

- в 2018 году после регистрации доменов и СМИ был разработан логотип издания и подана заявка на регистрацию товарного знака;

- пользователи, как и другие люди, полностью воспринимают логотип как единое целое, что подтверждает государственная регистрация;

- формулировки Правил 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила) и зафиксированные в них критерии предполагают, что итоговый вывод относительно сходства сравниваемых обозначений либо их сходства до степени смешения в любом случае делается правоприменительным (Роспатентом или судом) на основе собственного восприятия, то есть является в значительной степени оценочным;

- вероятность смешения применительно к пункту 10 статьи 1483 Кодекса устанавливается с учетом того, воспринимается ли потребителями элемент, входящий в состав "младшего" товарного знака, в качестве товарного знака другого лица. Как показывает правоприменительная практика, если Роспатент (суд) при сопоставлении противопоставляемых товарных знаков придет к выводу что совпадающий элемент в "младшем" товарном знаке, состоящем из нескольких элементов, не является самостоятельным и независимым элементом, сходство которого привело бы к несоответствию регистрации требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса, то оснований для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку на основании пункта 2 (2) статьи 1512 Кодекса не имеется;

- в возражении лицо, его подавшее, не уверено в том, что его претензия о нарушении пункта 10 статьи 1483 Кодекса, будет принята во внимание, и просит проверить по пункту 6 (2) статьи 1483 Кодекса, а также приводит решения судов о смешении, где идет речь о словесных элементах. Оспариваемый товарный знак (1) содержит 7 слов, а не два словесных элемента. Оспариваемый знак (1) содержит адрес сайта «Город24.онлайн» и слоган «Всегда там, где ты!»;
- сравниваемые услуги 35, 38, 41 классов МКТУ не имеют высокой степени однородности;
- оспариваемый товарный знак (1) соответствует требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса;
- изучив судебную практику, приведенную в возражении, правообладатель отмечает активное участие лица, подавшего возражение, в таких спорах. В связи с чем, правообладатель просит при рассмотрении возражения истребовать патентные дела, как в отношении оспариваемого товарного знака (1), так и в отношении товарных знаков (2-5) лица, подавшего возражение, а также привлечь при рассмотрении дела патентного поверенного и/или опросить в его качестве специалиста Анну Анатольевну Комарову (указан персональный телефон).

Уведомленные надлежащим образом лицо, подавшее возражение, и правообладатель на заседании коллегии отсутствовали.

В соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка сторон спора, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (16.07.2018) оспариваемого товарного знака (1) по свидетельству № 705628 правовая база для оценки его охраноспособности включает Кодекс и вышеуказанные 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 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 настоящей статьи.

Государственная регистрация в качестве товарных знаков таких обозначений допускается при наличии соответствующего согласия, предусмотренного пунктом 6 и подпунктами 1 и 2 пункта 9 настоящей статьи.

В соответствии с пунктом 49 Правил на основании пункта 10 статьи 1483 Кодекса устанавливается, не содержит ли заявленное обозначение элементы, являющиеся охраняемыми в соответствии с Кодексом товарными знаками других лиц и наименованиями мест происхождения товаров, сходными с ними до степени смешения обозначениями, а также промышленные образцы, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

Согласно требованиям пункта 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно требованиям 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.

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).

Оспариваемый товарный знак  (1) представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из изобразительного элемента в виде стрелочки и словесных элементов «ГОРОД», «Всегда там где ты!», «24», «online» выполненных на разных строках буквами русского алфавита. Правовая охрана товарного знака (1) действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в цветовом сочетании: «красный, фиолетовый, светло-фиолетовый». Срок действия регистрации – до 16.07.2028 г. Слово «Online», цифры «24» - неохраняемые элементы.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом. Лицом, заинтересованным в прекращении правовой охраны товарного знака может быть признано лицо, чьи права и законные интересы затрагиваются фактом наличия правовой охраны соответствующего товарного знака.

Лицу, подавшему возражение, принадлежит исключительное право на противопоставленные товарные знаки (2-5). Указанные обстоятельства по своей совокупности свидетельствуют о заинтересованности Индивидуального предпринимателя Ибатуллина Азамата Валерьяновича в подаче настоящего возражения по основаниям, предусмотренным пунктами 6, 10 статьи 1483 Кодекса.

Публикация сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 705628 в отношении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, была осуществлена 27.03.2019 г. Подача возражения произведена 27.03.2024 г. (с учетом даты на конверте) с соблюдением пятилетнего срока со дня публикации сведений о предоставлении правовой охраны оспариваемому товарному знаку (1) на территории Российской Федерации в официальном бюллетене.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Противопоставленные товарные знаки «**ГОРОД**» (2) по свидетельству № 368996 с приоритетом от 21.12.2006 (срок действия регистрации продлен до 21.12.2026 г.), «**ГОРОД**» (3) по свидетельству № 625887 с приоритетом от 08.06.2015, «**Городок**» (4) по свидетельству № 180069 с приоритетом от 11.09.1997 (срок действия регистрации продлен до 11.09.2027), «**Городок**» (5) по свидетельству № 718224 с приоритетом от 05.06.2017 являются словесными. Правовая охрана товарных знаков (2-5) действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35, 38, 41, 42 классов МКТУ, указанных в перечнях свидетельств.

Сравнительный анализ сходства оспариваемого товарного знака (1) и противопоставленных товарных знаков (2-5) показал следующее.

Противопоставленные товарные знаки «ГОРОД» (2,3) имеют полное фонетическое и семантическое вхождение в оспариваемый товарный знак (1). Противопоставленные товарные знаки (4,5) представляют собой уменьшительно-ласкательное от слова «Город», при этом имеется полное фонетическое и семантическое вхождение словесного элемента «Город» оспариваемого товарного знака (1) в противопоставленные знаки (4,5). Визуально сравниваемые товарные знаки (1) и (2-5) близки ввиду использования при их написании букв русского языка. При этом некоторые отличия в графическом написании элемента «Город» в оспариваемом знаке (1), а также присутствие в нем дополнительных изобразительных элементов не приводит к иному зрительному впечатлению в силу их второстепенного расположения в композиции знака (1).

Проведенный анализ позволяет коллегии сделать вывод о сходстве до степени смешения сравниваемых товарных знаков (1) и (2-5) на основании вышеприведенных критериев сходства словесных обозначений.

Указанное обуславливает ассоциирование сравниваемых товарных знаков (1) и (2-5) друг с другом в целом, что свидетельствует об их сходстве.

Следует отметить, что вероятность смешения сравниваемых обозначений определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности



товаров. 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) обозначений. См. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации». Как было установлено выше, сравниваемые товарные знаки содержат фонетически и семантически тождественные (либо сходные) элементы «Город» / «Городок», что определяет вероятность их смешения.

Сравнение перечней услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарным знакам (1) и (2-5) с целью определения их однородности, показало следующее.

Услуги 38 класса МКТУ *«телекоммуникации»* противопоставленного товарного знака (5) представляют собой телекоммуникационные услуги, являющиеся профильными услугами связи (см. «Словарь терминов связи», <http://telekom.org.ru>). Согласно «Телекоммуникационному словарю» (<http://dic.academic.ru>) потребителем (абонентом) телекоммуникационных услуг является юридическое или физическое лицо, использующее по прямому назначению и на законных основаниях телекоммуникационные услуги в процессе своей производственной, потребительской и иной деятельности. В свою очередь, «абонирование» - это действие абонирующего, а также контракт, дающий право абоненту использовать предоставляемые ему средства для обработки данных (см. <http://dic.academic.ru>). Таким образом, услуга 35 класса МКТУ *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц»* спорного знака (1) является сопутствующей (однородной) по отношению к телекоммуникационным услугам 38 класса МКТУ противопоставленного знака (5). При установлении однородности сравниваемых услуг принимались во внимание такие обстоятельства как их потребительские свойства и функциональное назначение (для установления связи), условия их реализации, круг потребителей (юридические и физические лица), взаимодополняемость.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ *«бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; 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 профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; организация подписки на газеты для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; сведения о деловых операциях; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по переезду предприятий; услуги по сравнению цен; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая» и услуги 35 класса МКТУ «изучение общественного мнения; организация подписки на газеты (для третьих лиц)» противопоставленного товарного знака (2), услуги 35 класса МКТУ «деловая экспертиза, изучение общественного мнения, изучение рынка, исследования в области бизнеса, консультации по вопросам организации и управления бизнесом, консультации профессиональные в области бизнеса, менеджмент в области творческого бизнеса, организация подписки на газеты (для третьих лиц), помощь в управлении бизнесом, помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями, сведения о деловых операциях, управление гостиничными делами, услуги в области общественных отношений, услуги по переезду предприятий» противопоставленного товарного знака (3) относятся к посредническим и бизнес-услугам, исследованию рынка и общественного мнения, при этом либо идентичны, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение, общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; ведение автоматизированных баз данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; обзоры печати; обновление и

*поддержание информации в регистрах; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; обновление и поддержка информации в электронных базах данных»* и услуги 35 класса МКТУ «*информация деловая; обзоры печати; поиск информации в компьютерных файлах (для третьих лиц); сбор информации по компьютерным базам данных»* противопоставленного товарного знака (2), услуги 35 класса МКТУ «*агентства по коммерческой информации, ведение автоматизированных баз данных; информация деловая, информация статистическая, обзоры печати, поиск информации в компьютерных файлах (для третьих лиц), сбор информации по компьютерным базам данных, систематизация информации в компьютерных базах данных, составление с помощью компьютеров составов из товарных вагонов»* противопоставленного товарного знака (3) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «услуги информационно-справочные», имеют общее назначение, общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «*анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; подготовка платежных документов; прогнозирование экономическое; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги по подаче налоговых деклараций»* и услуги 35 класса МКТУ «*анализ себестоимости, аудит, ведение бухгалтерских книг, подготовка платежных документов, прогнозирование экономическое, составление налоговых деклараций, составление отчетов о счетах»* противопоставленного товарного знака (3) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «услуги в области бухгалтерского учета», имеют общее назначение, общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «*бюро по найму; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; написание резюме для третьих лиц; тестирование психологическое при подборе персонала»* и услуги 35 класса МКТУ «*бюро по найму, комплектование штата сотрудников, консультации по вопросам штата сотрудников, тестирование психологическое при найме на работу»* противопоставленного товарного знака (3) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «услуги кадровые», имеют

общее назначение, общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «запись сообщений [канцелярия]; обработка текста; регистрация данных и письменных сообщений; репродуцирование документов; прокат фотокопировального оборудования; прокат офисного оборудования и аппаратов; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования» и услуги 35 класса МКТУ «обработка текста; обслуживание стенографическое; прокат фотокопировального оборудования; репродуцирование документов; фотокопирование» противопоставленного товарного знака (2), услуги 35 класса МКТУ «запись сообщений, обработка текста, работы машинописные, репродуцирование документов, секретарское обслуживание, прокат офисного оборудования и аппаратов, прокат фотокопировального оборудования, стенографическое обслуживание, услуги телефонных ответчиков (для отсутствующих абонентов), фотокопирование» противопоставленного товарного знака (3) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «услуги конторские», имеют общее назначение (для осуществления офисных работ), общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемая услуга 35 класса МКТУ «оценка коммерческой деятельности» идентична соответствующей услуге 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака (3), что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной

целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги РРС; услуги манекеничников для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные <оплата за клик>; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» и услуги 35 класса МКТУ «агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; обновление рекламных материалов; продажа аукционная; продвижение товаров (для третьих лиц); прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение рекламных материалов; распространение рекламных объявлений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; составление рекламных рубрик в газете; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами)» противопоставленного товарного знака (2), услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту, аренда площадей для размещения рекламы, демонстрация товаров, интерактивная реклама в компьютерной сети, обновление рекламных материалов, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, оформление витрин, продажа аукционная, продвижение товаров (для третьих лиц), прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации, прокат рекламных материалов, публикация рекламных текстов, радиореклама, расклейка афиш, распространение образцов, распространение рекламных материалов, распространение рекламных объявлений, реклама, реклама почтой, реклама телевизионная, рекламные агентства, снабженческие услуги для третьих лиц (закупка товаров и услуги предприятиям), составление рекламных рубрик в газете, услуги манекеничников для рекламы или продвижения товаров, розничная продажа непродовольственных товаров; розничная продажа непродовольственных товаров, розничная продажа продовольственных товаров, неспециализированная розничная продажа, оптовая продажа непродовольственных товаров,

*оптовая продажа продовольственных товаров, неспециализированная оптовая продажа, демонстрация товаров; оформление витрин; продвижение товаров (для третьих лиц); снабженческие услуги для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами), распространение образцов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих целях; продажа аукционная; сбыт товаров через посредников; коммерческие операции, связанные с оптовой и розничной продажей; услуги по сбору и группированию (за исключением транспортировки) в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителям; услуги оптовой и розничной продажи; магазины по продаже товаров; оптовая и розничная продажа; дистанционная продажа товаров потребителям»* противопоставленного товарного знака (3) либо идентичны, либо относятся к общему роду «продвижение товаров и услуг», предназначены для сбыта, реализации и рекламирования товаров и услуг на рынке, имеют общее назначение, общий круг потребителей, обладают совместной встречаемостью и взаимодополняемостью в гражданском обороте, то есть относятся к одному и тому же сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 38 класса МКТУ «*доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача телеграмм; передача цифровых файлов; обеспечение доступа в Интернет; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете; обеспечение телекоммуникационного подключения к Интернету; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги телемагазинов; передача видео по запросу; передача поздравительных открыток онлайн; рассылка электронных писем; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи; услуги абонентской телеграфной службы; услуги голосовой почты; услуги по предоставлению телеграфной связи; услуги по предоставлению телефонной связи; телеконференции; услуги по маршрутизации и соединению телекоммуникационные; услуги по передаче потока данных»* и услуги 38 класса МКТУ «*телекоммуникации, передача сообщений»* противопоставленного товарного знака (5), услуги 38 класса МКТУ «*передача сообщений»* противопоставленного товарного знака (4), либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «услуги служб связи», имеют общее назначение (для осуществления связи), общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 38 класса МКТУ «*связь волоконно-оптическая; связь радиотелефонная; связь с использованием компьютерных терминалов; связь спутниковая; связь телеграфная; связь телефонная; связь факсимильная; служба пейджинговая [с использованием радио, телефона или других средств электронной связи]; радиосвязь*» и услуги 38 класса МКТУ «*телекоммуникации*» противопоставленного товарного знака (5) соотносятся как род (вид) «виды связи», имеют общее назначение (для связи), общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 38 класса МКТУ «*агентства печати новостей; вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; радиовещание*» и услуги 38 класса МКТУ «*радиовещание, телевизионное вещание*» противопоставленных товарных знаков (4,5) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «услуги по предоставлению информации», имеют общее назначение, общий круг потребителей, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Вместе с тем, оспариваемая услуга 38 класса МКТУ «*информация по вопросам дистанционной связи*» представляют собой информационные услуги, относятся к иному роду (виду) «услуги информационно-консультативные», имеет иное назначение, иной круг потребителей, в связи с чем, не являются взаимозаменяемыми и однородными по отношению к вышеуказанным услугам 38 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков (4,5).

Оспариваемые услуги 38 класса МКТУ «*прокат аппаратуры для передачи сообщений; прокат времени доступа к Интернету; прокат модемов; прокат оборудования для телекоммуникационной связи; прокат телефонных аппаратов; прокат факсимильных аппаратов*» представляют собой услуги проката, относятся к иному роду (виду) «услуги по прокату оборудования», имеют иное назначение, иной круг потребителей, не являются взаимозаменяемыми, в связи с чем, не являются однородными по отношению к вышеуказанным услугам 38 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков (4,5).

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ «*академии [обучение]; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; воспитание физическое; информация по вопросам воспитания и образования; образование религиозное; обучение айкидо; обучение гимнастике; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи*

симуляторов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; перевод с языка жестов; передвижные библиотеки; переподготовка профессиональная; проведение экзаменов; садо [обучение японской чайной церемонии]; тьюторинг; услуги клубов [просвещение]; услуги культурные, образовательные, предоставляемые художественными галереями; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги переводчиков; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги устных переводчиков; учреждения дошкольные [воспитание]; школы-интернаты» представляют собой образовательные услуги и являются однородными по отношению к услугам 41 класса МКТУ «организация и проведение конференций» противопоставленного знака (2), услугам 41 класса МКТУ «воспитание; обеспечение учебного процесса; организация культурно-просветительных мероприятий» противопоставленного знака (3), услугам 41 класса МКТУ «перевод с языка жестов; услуги переводчиков; услуги устных переводчиков» противопоставленного знака (5), поскольку они либо идентичны, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение (для образования, просвещения), общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми.

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ «прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneтофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; прокат театральных декораций» представляют собой услуги проката и являются идентичными или однородными по отношению к услугам 41 класса МКТУ «прокат кино-, видеофильмов, звукозаписей, прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneтофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования для игр; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат театральных декораций» противопоставленного знака (5), поскольку они либо



идентичны, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение, общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми.

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ *«аренда комнатных аквариумов; аренда произведений искусства»* идентичны соответствующим услугам 41 класса МКТУ *противопоставленного знака (5)*, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ *«видеосъемка; выпуск музыкальной продукции; дублирование; киностудии; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; субтитрование; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги студий записи»* и услуги 41 класса МКТУ *«монтирование теле- и радиопрограмм»* *противопоставленного знака (2)*, услуги 41 класса МКТУ *«подготовка телевизионных и радиопрограмм; производство, прокат кино-, видеофильмов, звукозаписей»* *противопоставленного знака (4)*, услуги 41 класса МКТУ *«видеосъемка; выпуск музыкальной продукции; дублирование; киностудии; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; подготовка телевизионных и радиопрограмм; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; производство, прокат кино-, видеофильмов, звукозаписей, услуги студий записи»* *противопоставленного знака (5)* либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) *«услуги в области производства кино-, аудио- и видеозаписей»*, имеют общее назначение, общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ *«издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; редактирование текстов; услуги каллиграфов; обеспечение интерактивными электронными публикациями незагружаемыми; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных»* и услуги 41 класса МКТУ *«издание книг; обеспечение интерактивными электронными публикациями (не загружаемыми); публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов (за исключением рекламных)»* *противопоставленного знака (2)*, услуги 41 класса МКТУ *«издание книг»* *противопоставленного знака (4)*, услуги 41 класса МКТУ *«издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; обеспечение интерактивными электронными публикациями незагружаемыми; публикации с помощью настольных электронных издательских*

систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов» противопоставленного знака (5) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «услуги редакционно-издательские [за исключением рекламных]», имеют общее назначение, общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, встречаются в одном сегменте издательского рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ «служба новостей; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений» и услуги 41 класса МКТУ «информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; служба новостей» противопоставленного знака (2), услуги 41 класса МКТУ «информация по вопросам шоу-бизнеса» противопоставленного знака (4), услуги 41 класса МКТУ «информация по вопросам шоу-бизнеса; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; служба новостей» противопоставленного знака (5) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «услуги информационные», имеют общее назначение (для информирования потребителей), общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ «аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; организация спортивных состязаний; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; проведение туров с восхождением; проведение фитнес-классов; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги спортивных лагерей; хронометраж спортивных состязаний» и услуги 41 класса МКТУ «организация спортивных мероприятий» противопоставленного знака (3) соотносятся как род (вид) «организация спортивных мероприятий», имеют общее назначение (для организации и проведения спортивного мероприятия), общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ «фотографирование; фоторепортажи; микрофильмирование» и услуги 41 класса МКТУ «фотографирование» противопоставленного знака (2), услуги 41 класса МКТУ «фотографирование;

*фоторепортажи; микрофильмирование»* противопоставленного знака (5) идентичны, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ *«агентства по предоставлению моделей для художников; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; дискотеки; дрессировка животных; игры азартные; клубы-кафе ночные [развлечение]; организация балов; организация досуга; организация и проведение концертов; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация конкурсов [развлекательных]; парки аттракционов; передачи развлекательные телевизионные; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы <видео по запросу>; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы <видео по запросу>; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представление цирковых спектаклей; представления варьете; представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; развлечения; сады зоологические; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги казино [игры]; услуги караоке; услуги клубов [развлечение]; услуги композиторов; услуги культурные, развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги оркестров; услуги по распространению билетов [развлечение]; шоу-программы»* представляют собой услуги в области развлечений и являются однородными по отношению к услугам 41 класса МКТУ *«организация лотерей; развлечения; шоу-программы»* противопоставленного знака (2), услуги 41 класса МКТУ *«развлечения; организация культурно-просветительных мероприятий»* противопоставленного знака (3), услуги 41 класса МКТУ *«организация отдыха и развлечений»* противопоставленного знака (4), услуги 41 класса МКТУ *«бронирование билетов на зрелищные мероприятия; дискотеки; игры азартные; клубы-кафе ночные [развлечение]; организация балов; организация досуга; организация и проведение концертов; организация лотерей; организация отдыха и развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; агентства по предоставлению моделей для художников; парки аттракционов; передачи развлекательные телевизионные; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представление цирковых спектаклей; представления варьете / представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; театрально-концертная деятельность; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; развлечения; сады*

зоологические; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги казино [игры]; услуги караоке; услуги клубов [развлечение]; услуги композиторов; услуги оркестров; услуги по распространению билетов [развлечение]; шоу-программы» противопоставленного знака (5) относятся к развлекательной области деятельности, при этом либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «услуги по организации культурно-развлекательных мероприятий, иных развлечений и отдыха», имеют общее назначение (для развлечения, свободного времяпрепровождения), имеют общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Изложенное свидетельствует о несоответствии произведенной регистрации товарного знака (1) требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех услуг 35, 38 (части), 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Вместе с тем, как было установлено выше, ввиду отсутствия однородности другой части сравниваемых услуг 38 класса МКТУ «*информация по вопросам дистанционной связи; прокат аппаратуры для передачи сообщений; прокат времени доступа к Интернету; прокат модемов; прокат оборудования для телекоммуникационной связи; прокат телефонных аппаратов; прокат факсимильных аппаратов*» оспариваемый товарный знак (1) не противоречит пункту 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Анализ оспариваемого товарного знака (1) на соответствие требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Оспариваемый товарный знак (1) представляет собой единую целостную конструкцию, которая включает как словесные, так и изобразительные элементы. Словесный элемент «ГОРОД» в оспариваемом товарном знаке (1) занимает значимую позицию, фокусирует на себе внимание потребителей и объединен в композиции знака с изобразительным элементом в виде стрелочек в круге и цифр «24», слова «online». Внизу располагается элемент «Всегда там где ты!», который также влияет на восприятие знака. Таким образом, оспариваемый товарный знак (1) образует единую неделимую конструкцию, что визуальное и семантически объединяет словесные, цифровые элементы, изобразительные элементы и препятствует тому, чтобы слова воспринимались независимо друг от друга.

В рамках требований пункта 10 статьи 1483 Кодекса лицо, подавшее возражение, ссылается на наличие исключительного права на противопоставленные товарные знаки (2-5), зарегистрированные в отношении услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, признанных, как было установлено выше, однородными соответствующим услугам 35, 38 (части), 41 классов МКТУ оспариваемого товарного знака (1).

Действительно, слово «ГОРОД» представляет собой зарегистрированные товарные знаки (2,3) и входит в состав оспариваемого товарного знака (1). Между тем, следует иметь ввиду особенности применения нормы права, на которую ссылается лицо, подавшее возражение.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку, представляющему собой комбинированное обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения). Иными словами, действие нормы направлено на недопущение нарушений прав третьих лиц тогда, когда факт нарушения не вызывает сомнения, а нормы пунктов 6, 8, 9 статьи 1483 Кодекса к рассматриваемой ситуации не применимы в силу незначительной роли таких спорных элементов.

Коллегия поясняет, что такая ситуация не идентична простому вхождению спорного слова в состав комбинированного обозначения. Учету подлежит его грамматическая и смысловая связь с иными элементами товарного знака, равно как и роль, которую выполняет спорный фрагмент. Для целей применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса могут быть определены также визуальные акценты, имеющиеся в составе товарного знака, иссечение которых не искажает образ обозначения в целом.

С учетом вышесказанного коллегия не усматривает правовых оснований для применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса, поскольку в составе оспариваемой регистрации слово «ГОРОД» занимает значимое положение в пространстве оспариваемого товарного знака (1), не имеет периферийного

расположения и образует с другими элементами товарного знака единую композицию. Таким образом, слово «ГОРОД» не квалифицируется коллегией как самостоятельный и независимый элемент оспариваемого товарного знака (1), сходство которого привело бы к несоответствию регистрации требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

С учетом изложенного, у коллегии нет оснований для вывода о том, что оспариваемый товарный знак (1) противоречит требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Ссылки на судебные акты не имеют преюдициального значения. Делопроизводство по каждому делу ведется независимо, исходя из совокупности всех обстоятельств дела.

Коллегия сочла нецелесообразным привлечение отдельных специалистов, указанных в отзыве правообладателя, для оценки оспариваемого знака (1) требованиям пунктов 6 (2), 10 статьи 1483 Кодекса.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 08.04.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 705628 недействительным частично, а именно, в отношении всех услуг 35 класса МКТУ, части услуг 38 класса МКТУ «агентства печати новостей; вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа в Интернет; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете; обеспечение телекоммуникационного подключения к Интернету; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги телемагазинов; передача видео по запросу; передача поздравительных открыток онлайн; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача телеграмм; передача цифровых файлов; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи; радиовещание; радиосвязь; рассылка электронных писем; связь волоконно-оптическая; связь радиотелефонная; связь с**

**использованием компьютерных терминалов; связь спутниковая; связь телеграфная; связь телефонная; связь факсимильная; служба пейджинговая [с использованием радио, телефона или других средств электронной связи]; телеконференции; услуги абонентской телеграфной службы; услуги голосовой почты; услуги по маршрутизации и соединению телекоммуникационные; услуги по передаче потока данных; услуги по предоставлению телеграфной связи; услуги по предоставлению телефонной связи», всех услуг 41 класса МКТУ.**