

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 29.12.2023, поданное Закрытым акционерным обществом «МИРРА-М», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №866006, при этом установила следующее.

M

Оспариваемый товарный знак «**MIRALIN**» по заявке №2021722672 с приоритетом 15.04.2021 зарегистрирован 22.04.2022 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее Госреестр) за №866006 на имя Сивова Игоря Вениаминовича, 123154, Москва, наб. Карамышевская, д. 56, корп. 1, кв. 75 (далее – правообладатель) в отношении товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ.

В возражении, поступившем 29.12.2023, выражено мнение о том, что регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству №866006 произведена в

нарушение требований, установленных положениями подпункта 2 пункта 6, а также пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему.

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарных знаков

«mirra», «», «МИРОШКА», «МИРРОН», «**mirra**», «», «», «

МИРРАЛГИН» по свидетельствам (далее - «противопоставляемые товарные знаки»): 256570, 238923, 243870, 246793, 410796, 698747, 931715, 270256, зарегистрированные в отношении однородных товаров 03, 05 классов МКТУ, содержащих в своем составе лексему «MIRRA», что обуславливает, по мнению лица, подавшего возражение, сходство оспариваемого и противопоставляемых товарных знаков.

Согласно доводам возражения, во всех сравниваемых обозначениях присутствует слово «mirra»/ «MIRRA»/ «MIRA» / «МИРО», которое представляет собой различные варианты написания греческого и славянского женского имени (ист.:<https://cvclowiki.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D1%80%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BC%D1%8F>,

<httpPs://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D1%80%D0%B0>), поэтому сравниваемые обозначения являются сходными семантически.

Обратившееся с возражением лицо сообщает также о необходимости учета наличия серии противопоставляемых товарных знаков, что относится к обстоятельствам, усиливающим вероятность смешения.

В возражении приводится анализ однородности оспариваемых товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ и сделан вывод об отнесении этих товаров и услуг к тем же родовым группам, что и товары/услуги, для которых предоставлена правовая охрана противопоставляемым товарным знакам №№238923, 243870, 246793, 256570, 270256, 410796, 931715.

Мотивируя несоответствие произведенной регистрации требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, в возражении сообщается о том, что ЗАО «МИРРА-М» - зарегистрирована в 1997 году на базе Государственного научного центра

прикладной микробиологии. С даты основания компания начала выпуск косметических средств под торговой маркой «Мирра люкс».

В возражении приведена информация о наградах обратившегося с возражением лица, а также об объемах реализованной продукции. Согласно отчётам по движению готовой продукции, товаров, за 2017 год было произведено товаров более чем на 90 миллионов рублей, за 2018 и за 2019 года - свыше 100 миллионов рублей за каждый, а за 2020 год- свыше 110 миллионов рублей.

С возражением представлены сведения о рекламе продукции обратившегося с возражением лица, о магазинах, в которых представлена продукция, маркированная противопоставленными товарными знаками, что в совокупности, по мнению лица, подавшего возражение, образует достаточное количество доказательств для вывода о способности оспариваемого товарного знака ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров 03 класса МКТУ/ лица, оказывающего услуги 35класса МКТУ.

На основании вышесказанного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №866006 недействительным полностью.

В подтверждение доводов, изложенных в возражении, представлены следующие документы:

1. Листы бюллетеней «Товарные знаки, знаки обслуживания» в отношении товарного знака «Mira Line» по свидетельству № 866006, «mirra» по свидетельству № 256570, «MIRRA LUX» по свидетельству № 238923, «МИРОШКА» по свидетельству №243870, «МИРРОН» по свидетельству № 246793, «МИРРАЛГИН» по свидетельству № 270265, «mirra» по свидетельству № 410796, «mirra ЛАБОРАТОРИЯ МОЛЕКУЛЯРНОЙ КОСМЕТОЛОГИИ» по свидетельству №698747, «mirra HOME» по свидетельству № 931715;
2. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ЗАО «МИРРА-М»;
3. Договоры с дистрибьюторами за 1998 - 2021 гг.;
4. Награды лица, подавшего возражение: дипломы лауреата премии им. В.Д. Беляева, лауреата премии им. М.П. Чумакова, лауреата премии им. И.Н.

Блохиной, лауреата премии «Здоровое питание» в номинации «Лучшая компания-производитель», международной выставки "Экологически чистая продукция", федеральный сертификат «Лидер России 2015»

5. Контракты на производство продукции и упаковки;
6. Сертификат о владении доменом mirra.ru;
7. Договор аренды № 1214/КА-2014 от 1 апреля 2014 года
8. Договор аренды торгового места (торговых площадей) № А - 795/241СТ от 1 апреля 2015 г.;
9. Договор аренды нежилого помещения № 59-59-33-00472-15/и от 1 мая 2015 г.;
10. Договор краткосрочной аренды торгового места № 0168/2015 от 1 октября 2015 г.;
11. Договор № 10ОКН/К9/2016 субаренды площади для размещения торгового оборудования от 21 июля 2016 г.;
12. Договор № 37-ОВ/4 аренды нежилого помещения от 6 сентября 2016 г.;
13. Краткосрочный договор аренды № ДА16-0949/К от 13 марта 2017 г.;
14. Образец каталога «зима 2013-14»;
15. Список дистрибьютерских центров и представительств компании MIRRA;
16. Отчёты по движению готовой продукции, товаров ЗАО «МИРРА-М» за 2017-2020 гг.;
17. Договор № МС-О-04/12-17/НГ от 4 декабря 2017 г.;
18. Договор авторского заказа № 210/18-05/18 от 18 мая 2018 г.;
19. Договор поставки № 02/04/2021 от 02 апреля 2021 г.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о дате и месте рассмотрения возражения, на заседания коллегии не явился и отзыв по мотивам возражения не представил. Уведомления о дате заседания направлялись 16.01.2024, 15.03.2024, 04.04.2024 по адресам, указанным в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания. Уведомления в адрес правообладателя были возвращены ввиду неполучения. Уведомления в адрес представителя

правообладателя были получены. Предусмотренные пунктом 21 Правил ППС условия, необходимые для надлежащего уведомления сторон спора, коллегией были выполнены.

Изучив материалы дела и заслушав представителя обратившегося с возражением лица, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (15.04.2021) оспариваемого товарного знака, правовая база для оценки его охраноспособности включает 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.

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 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 пунктом 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.

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.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в

частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.


В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. При анализе возражения коллегией оценивалась заинтересованность лица, подавшего возражение, в его подаче. Оценка материалов возражения позволяет установить, что предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку затрагивает интересы лица, подавшего возражение, по осуществлению хозяйственной деятельности под своими товарными знаками. Таким образом, лицо, подавшее возражение, является заинтересованным в подаче настоящего возражения.



M

Оспариваемый товарный знак «**MIRALIN**» по свидетельству №866006 с приоритетом от 15.04.2021 состоит из буквы «**M**», выполненной оригинальным образом, и слова «**MIRALIN**», выполненного буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ.


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

Возражение против предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку по свидетельству №866006 основано на наличии сходных товарных знаков лица, подавшего возражение, зарегистрированных, в том числе, для товаров/услуг 03, 35 классов МКТУ.

Противопоставленные товарные знаки [1] “mirra”, [2] “”, [3]

“МИРОШКА”, [4] “МИРРОН”, [5] “**mirra**”, [6] “”, [7] “”, [8] “МИРРАЛГИН” по свидетельствам (далее - «противопоставляемые товарные знаки»): 256570, 238923, 243870, 246793, 410796, 698747, 931715, 270256, зарегистрированные в отношении товаров 03, 05 классов МКТУ (знак [6]), а также в отношении услуг 35, 42, 44 классов МКТУ (знаки [1-5, 8]) выполнены буквами латинского и русского алфавитов.

Противопоставленные товарные знаки [1-6, 8] имеют более раннюю дату приоритета, поэтому могут быть объектом противопоставления.

В тоже время дата приоритета 29.11.2021 противопоставленного товарного знака [7] позднее даты приоритета оспариваемого товарного знака (15.04.2021), поэтому товарный знак «» по свидетельству №931715 не может быть объектом противопоставления.

Сравнительный анализ оспариваемого обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-6, 8] показал следующее.

Словесный элемент оспариваемого знака «MIRALIN» и противопоставленные товарные знаки [3] “МИРОШКА”, [4] “МИРРОН” не имеют признаков фонетического сходства за счет разного состава гласных и согласных звуков, так как оспариваемый знак воспроизводится как «МИРАЛИН» (прямая транслитерация), а противопоставленные знаки произносятся также, как и пишутся, при этом у сопоставляемых знаков отсутствуют совпадающие слоги кроме первого слога «МИ», то есть сопоставляемые знаки не являются сходными друг с другом даже в низкой степени.

Словесный элемент оспариваемого знака «MIRALIN» и противопоставленные

товарные знаки [1] “mirra”, [2] “”, [5] “**mirra**”, [6] “”, включают в свой состав фонетически сходную часть MIRA/ MIRRA, которая

отличается двойной согласной “P” в противопоставленных знаках, при этом последующая лексема «Lin» оспариваемого товарного знака существенно удлиняет фонетический ряд по сравнению с товарными знаками, состоящими только из словесного элемента «mirra» [1, 5], а также отличает оспариваемый знак от вторых словесных элементов противопоставленных товарных знаков «LUX», «Лаборатория молекулярной косметологии».

Созвучия начальной лексемы «MIRA» оспариваемого знака и лексемы «MIRRA» противопоставленных товарных знаков недостаточно для вывода об их фонетическом сходстве в целом, поскольку в оспариваемом знаке слово «MIRALIN» написано слитно в одно слово и произносится также последовательно как «МИРАЛИН», что существенно отличается по составу и длине звукового ряда от фонетического ряда противопоставленных знаков «МИРРА», «МИРРА ЛЮКС», «МИРРА Лаборатория молекулярной косметологии».

При этом следует отметить, что удвоенная согласная «R» в лексеме «MIRRA» добавляет фонетического отличия в звучании начальных частей, поскольку звонкий согласный звук «P» произносится усиленно и является более протяженным.

С точки зрения семантического критерия сторонами спора были приведены различные аргументы относительно сходства и различий в понятиях и идеях, заложенных в сравниваемые обозначения, однако коллегии надлежит исследовать семантическое значение слова «MIRALIN» в слитном написании, в котором товарный знак зарегистрирован.



Установлено, что ни в одном из словарей распространенных иностранных языков слово «MIRALIN» не представлено, следовательно, является вымышленным словом и объективным образом не может быть сопоставлено по заложенным идеям со словами, имеющими зафиксированное в словарях значение.

С точки зрения графического критерия оспариваемый товарный знак

M
«MIRALIN» и противопоставленные товарные знаки [3] “МИРОШКА”, [4] “МИРРОН” не сходны друг с другом, поскольку выполнены буквами разного алфавита.

M

Оспариваемый знак «MIRALIN» и противопоставленные товарные знаки



[1] “mirra”, [2] “”, [5] “**mirra**”, [6] “” выполнены буквами одинакового алфавита, при этом признаки общего зрительного сходства между ними отсутствуют.

M

В частности, оспариваемый знак «MIRALIN» и знаки [1] “mirra”, [5] “**mirra**”, выполнены в одну строку, при этом шрифтовое исполнение, протяженность, чередование строчных и прописных букв отличаются, поэтому визуально сопоставляемые обозначения воспринимаются как несходные.

M

Оспариваемый знак «MIRALIN» и противопоставленные

комбинированные знаки [2] “”, [6] “”, имеют разное комбинационное построение, оспариваемый знак выполнен в строку художественным шрифтом, противопоставленные знаки вписаны в окружность и в квадрат, выполнены стандартным шрифтом.

Таким образом, оспариваемый товарный знак не сходен с противопоставленными товарными знаками [1-6] ввиду установленных фонетических, графических отличий, при невозможности применения семантического критерия сходства.

M

Вместе с тем сопоставление оспариваемого товарного знака «MIRALIN» и противопоставленного товарного знака [8] “**МИРРАЛГИН**” показало наличие фонетического сходства словесных элементов «MIRALIN», воспроизводимого как «МИРАЛИН», и противопоставленного «МИРРАЛГИН», поскольку фонетическое отличие

составляет один согласный звук «Г», а остальные гласные и согласные звуки чередуются в той же очередности.

Семантический критерий сходства не может быть применен, поскольку оба сопоставляемых словесных элемента отсутствуют в словарных источниках информации, следовательно, не могут быть сопоставлены по значению.

С точки зрения графического критерия словесные элементы сравниваемых знаков выполнены буквами разного алфавита, что не свидетельствует об их сходстве.

Таким образом, оспариваемый товарный знак следует признать сходным с противопоставленным товарным знаком [8] ввиду установленного фонетического сходства составляющих их словесных элементов, при неприменении семантического критерия.

Анализ однородности товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ, в отношении которых испрашивается признание предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку недействительным, и товаров/услуг 03, 35 классов МКТУ, в отношении которых действует правовая охрана противопоставленных товарных знаков, показал следующее.

Товары 03 класса МКТУ *«амбра [парфюмерия]; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; ароматизаторы для кондитерских изделий из сдобного теста [эфирные масла]; ароматизаторы для напитков [эфирные масла]; ароматизаторы пищевые [эфирные масла]; аэрозоль для освежения полости рта; бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; басма [краситель косметический]; блески для губ; блески для ногтей; блески для тела; вазелин косметический; вата для косметических целей; вата, пропитанная препаратами для удаления макияжа; вещества ароматические для отдушивания белья; вещества клейкие для косметических целей; вода ароматическая; вода жавелевая; вода лавандовая; вода мицеллярная; вода туалетная; воск для удаления волос; воск для усов; воски для кожи; гели для массажа, за исключением используемых для медицинских целей; гелиотропин; гель для отбеливания зубов; гераниол; глиттеры для ногтей; грим; дезодоранты для домашних животных; дезодоранты для*

человека или животных; депилятории; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; духи; жиры для косметических целей; изделия парфюмерные; изображения переводные декоративные для косметических целей; ионон [парфюмерный]; камень квасцовый для бритья [вяжущее средство]; карандаши для бровей; карандаши косметические; клеи для прикрепления искусственных ресниц; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; красители для бороды и усов; красители косметические; краски для тела косметические; кремы для кожи; кремы косметические; кремы косметические отбеливающие; ладан; лаки для волос; лаки для ногтей; латекс жидкий для окрашивания тела косметический; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масла, используемые как очищающие средства; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; молоко миндальное для косметических целей; молочко туалетное; мускус [парфюмерия]; мыла; мыла дезодорирующие; мыла для бритья; мыла кусковые туалетные; мыла против потения; мыла против потения ног; мыло миндальное; мята для парфюмерии; наборы косметические; наклейки для глаз гелевые косметические; наклейки для ногтей; наклейки для создания двойного века; ногти искусственные; одеколон; основы для цветочных духов; палочки фимиамные; пасты зубные; патчи для глаз гелевые косметические; пеналы для губной помады; пероксид водорода для косметических целей; полоски для освежения дыхания; полоски отбеливающие для зубов; помада губная; помады для косметических целей; препараты для бритья; препараты для ванн косметические; препараты для ванн, не для медицинских целей; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для полирования зубных протезов; препараты для полоскания рта, за исключением используемых в медицинских целях; препараты для похудения косметические; препараты для промывания глаз, не для медицинских целей; препараты для удаления макияжа; препараты для ухода за ногтями; препараты для чистки

зубных протезов; препараты коллагеновые для косметических целей; препараты с алоэ вера для косметических целей; препараты солнцезащитные; препараты, освежающие дыхание для личной гигиены; пудра для макияжа; растворы вагинальные для интимной гигиены или в качестве дезодоранта; ресницы искусственные; салфетки детские, пропитанные очищающими средствами; салфетки, предотвращающие окраску при стирке; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; салфетки, пропитанные препаратами для удаления макияжа; сафрол; свечи массажные для косметических целей; смеси ароматические из цветов и трав; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; средства вяжущие для косметических целей; средства для бровей косметические; средства для гримирования; средства для загара косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для ресниц косметические; средства для ухода за кожей косметические; средства для чистки зубов; средства косметические; средства косметические для детей; средства косметические для животных; средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; средства моющие для интимной гигиены немедицинские; средства моющие для личной гигиены дезинфицирующие или дезодорирующие; средства обесцвечивающие [деколораторы] для косметических целей; средства туалетные; средства туалетные против потения [туалетные принадлежности]; средства фитокосметические; тальк туалетный; тампоны ватные для косметических целей; терпены [эфирные масла]; хна [краситель косметический]; шампуни; шампуни для животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни для комнатных животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни сухие; экстракты растительные для косметических целей; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]» оспариваемого товарного знака представляют косметически и парфюмерные средства, как и товары «духи; ароматические смеси из цветов и трав; вода ароматическая; вода туалетная; основы для цветочных духов; изделия

парфюмерные; средства косметические для ухода за кожей; средства косметические для ресниц; наборы косметические; средства косметические для загара; средства косметические для бровей; салфетки, пропитанные косметическими средствами; помады для косметических целей; лосьоны для косметических целей; лосьоны для волос; пасты, порошки зубные; масла эфирные» противопоставленных товарных знаков [1, 2, 5, 6], товары «*средства косметические*» противопоставленных товарных знаков [3-4], товары «*вода ароматическая, вода туалетная, вазелин косметический, вещества ароматические (эфирные масла), дезодоранты для личного пользования, духи, жиры для косметических целей, изделия парфюмерные, красители косметические, кремы косметические, кремы косметические отбеливающие, кремы, воски для кож, лосьоны для волос, лосьоны для косметических целей, маски косметические, масла для духов и ароматических средств, масла косметические, масла туалетные, масла эфирные, молоко миндальное для косметических целей, наборы косметические, одеколон, основы для цветочных духов, салфетки, пропитанные косметическими лосьонами, смеси ароматические из цветов и трав, средства для загара косметические, средства для ресниц косметические, средства для ухода за кожей косметические, средства для ухода за ногтями, средства косметические, средства косметические для животных, шампуни, шампуни для мытья комнатных животных*» противопоставленного товарного знака [8].

Сопоставляемые товары являются однородными за счет совпадения родовой группы, назначения, круга потребителей.

Следует также отметить, что все оставшиеся товары в части идентичны, а в остальной части однородны товарам противопоставленного знака [6].

Услуги 35 класса МКТУ «*агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; демонстрация товаров; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; консультации, касающиеся коммуникационных*

стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; помощь административная в вопросах тендера; посредничество коммерческое [обслуживание]; 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; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; 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; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; 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; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги коммерческого лоббирования; услуги PPC; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» оспариваемого товарного знака однородны услугам 35 класса МКТУ «продвижение товаров [для третьих лиц], публикация рекламных текстов для товаров, снабженческие услуги для третьих лиц [закупка товаров и услуги предприятиям]» противопоставленных знаков [8, 4, 2], услугам «информация и советы коммерческие потребителям, представление товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, продвижение товаров [для третьих лиц], публикация рекламных текстов, реклама вышеуказанных товаров, услуги снабженческие для третьих лиц

[закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака [5], услугам 35 класса МКТУ «*реклама товаров, указанных в 03 классе; экспорт-импорт товаров, указанных в 03 классе; распространение образцов товаров, указанных в 03 классе; снабженческие услуги для третьих лиц [закупка товаров, указанных в 03 классе и услуги предприятиям]*» и 42 класса МКТУ «*реализация товаров 03 класса*» противопоставленного знака противопоставленного знака [3]. Все сопоставляемые услуги являются услугами родовой группы услуг по продвижению товаров и снабжению, поэтому соотносятся друг с другом по родо-видовой принадлежности, единому назначению.

Таким образом, в отношении указанной выше части товаров/услуг 03, 35 классов МКТУ коллегией сделан вывод о наличии признаков однородности товаров/услуг оспариваемого знака и товаров/услуг противопоставленного товарного знака [8], а также товаров/услуг противопоставленных знаков [1-6].

Учитывая установленное сходство оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака [8], а также установленную однородность указанной выше части товаров/услуг 03, 35 классов МКТУ товарам/услугам противопоставленного знака [8], имеются обстоятельства для вывода о вероятности смешения этих сопоставляемых обозначений при реализации товаров и оказании услуг.

Вместе с тем, товары 03 класса МКТУ «*абразивы; антинакипины бытовые; антистатика бытовые; баллоны со сжатым воздухом для уборки и удаления пыли; вакса, гуталин для обуви; вар сапожный; бруски для полирования; бумага абразивная; бумага наждачная; бумага полировальная; вещества влагопоглощающие для посудомоечных машин; воск для паркетных полов; воск для пола; воск для пола, предохраняющий от скольжения; воск портновский; воски для полирования мебели и полов; воски обувные; воски полировочные; жидкости для пола, предохраняющие от скольжения; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; зола вулканическая для чистки; камни шлифовальные; карбид кремния [абразивный материал]; карбиды металлов [абразивные материалы]; квасцы алюминиевые [вяжущее средство]; кизельгур для полирования; кора мыльного*

дерева для стирки; корунд [абразив]; красители для воды в туалете; крахмал [аппрет]; крахмал для придания блеска белью; крем для обуви; кремы для полирования; крокус красный для полирования; масло терпентинное для обезжиривания; мел для побелки; мел для чистки; мыла для оживления оттенков тканей; наждак; пасты для ремней для заточки бритв; пемза; полотно абразивное; полотно наждачное со стеклянным абразивом; препараты для замачивания белья; препараты для заточки инструментов; препараты для лощения [подкрахмаливания]; препараты для обесцвечивания; препараты для осветления кожи; препараты для полирования; препараты для придания блеска белью; препараты для придания блеска листьям растений; препараты для смягчения белья при стирке; препараты для стирки; препараты для сухой чистки; препараты для удаления красок; препараты для удаления лаков; препараты для удаления паркетного воска [очищающие препараты]; препараты для удаления политуры; препараты для удаления ржавчины; препараты для чистки; препараты для чистки обоев; препараты для чистки сточных труб; препараты для чистки химические бытовые; препараты отбеливающие [обесцвечивающие] для бытовых целей; препараты отбеливающие для стирки; препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья; продукты для наведения блеска [для полировки]; пыль алмазная [абразив]; пятновыводители; растворители лаков для ногтей; растворы для очистки; салфетки антистатические для сушильных машин; синька для обработки белья; скипидар для обезжиривания; сода для отбеливания; сода стиральная для чистки; соли для отбеливания; составы для предохранения кожи [полировальные]; спирт нашатырный [моющее, очищающее средство]; средства для ухода за обувью; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства обезжиривающие, за исключением используемых в промышленных целях; ткань наждачная; тряпки для уборки, пропитанные моющими средствами; ишурка стеклянная; щелок содовый» оспариваемого товарного знака представляют собой чистящие средства, абразивы, средства бытовые, которые неоднородны косметическим, гигиеническим и парфюмерным средствам, содержащимся в перечне противопоставленного знака [8].

Оставшиеся услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; информация деловая; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; пресс-службы / службы по связям с прессой; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; регистрация данных и письменных сообщений; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью

внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по составлению перечня подарков; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая» представляют собой не относятся к услугам продвижения товаров, услугам снабжения, в связи с чем не могут признаны однородными услугам противопоставленных знаков [1-6, 8].

Что касается установленной однородности всех оспариваемых товаров, товарам 03 класса МКТУ противопоставленного знака [6], то ввиду отсутствия сходства сопоставляемых обозначений вывода об их однородности недостаточно для вывода о вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Вместе с тем, в возражении приведены доводы о наличии серии знаков у лица, подавшего возражение, о длительности и интенсивности использования противопоставленных товарных знаков ввиду чего коллегии также надлежит исследовать дополнительные обстоятельства, способные повлиять на вывод о вероятности смешения обозначений на рынке.

Так, в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" приведены следующие критерии, усиливающие вероятность смешения:



- используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров;
- длительность и объем использования товарного знака правообладателем;
- степень известности, узнаваемости товарного знака;
- степень внимательности потребителей (зависящая в том числе от категории товаров и их цены);

- наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

В данном случае три из семи противопоставленных товарных знаков [3] “МИРОШКА”, [4] “МИРРОН”, [8] “МИРРАЛГИН” не имеют общего элемента с остальными пятью товарными знаками и между собой, поэтому не образуют серии знаков между собой и с остальными знаками обратившегося с возражением лица.

Знаки [1] “mirra”, [5] “**Mirra**” состоят из одинакового слова, выполненного слегка отличающимся шрифтом, поэтому эти знаки рассматриваются как варианты одного и того же обозначения.



Товарные знаки [2] “”, [6] “” в качестве образующего «серию» элемента содержат слово «MIRRA», определяющее их созависимость друг от друга. Дополнительные словесные элементы и композиционное решение отличаются в каждом случае, что позволяет воспринимать обозначения в качестве серии знаков. При этом знаки [2] и [6] зарегистрированы для товаров разных классов – 03 и 05 классов МКТУ соответственно, а пересечение по объему охраны имеется у знака [2] и знака [1] – для товаров 05 класса МКТУ (который отсутствует в оспариваемом перечне), а также знака [6] и знака [5]- для товаров 03 класса МКТУ. Отдельно два знака, объединенные общим элементом и зарегистрированные в отношении однородных товаров, не образуют серии.

В отношении документов относительно широкого использования противопоставленных товарных знаков, коллегия отмечает, что их исследование будет также проведено в рамках анализа пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, а в рамках обстоятельств, усиливающих вероятность смешения, коллегией должны быть приняты во внимание также обстоятельства использования противопоставляемых товарных знаков.

Анализ документов о фактическом использовании обратившемся с возражением лицом своих средств индивидуализации показал следующее.

Представленные договоры о фактической деятельности исследуются с точки зрения интенсивности использования противопоставляемых товарных знаков, при этом в перечнях поставляемой продукции присутствуют такие индивидуализирующие элементы как «ОМ МИРРА», «МИРРА», «МАДОННА», «ИМИДЖ», «ПОЛНЯКА», «МИРРА ЛЮКС», «БЮСТА», «САРГАССУМ», «МИРРА-де-ЛЮКС», «РЕВЕНТОН», «СТИМУЛ», «МИРРАЛГИН» и другие (см. перечни к договорам поставки №113753 от 05.01.2004, №388988 от 01.11.2004, №388342 от 15.07.2004, №160348 от 15.01.2001, №948 от 01.11.2001, №101888 от 24.10.2001, №435987 от 02.09.2002, 9920776 от 04.12.2002, №180356 от 01.12.2000, №1400183 от 26.12.2000, №44205 от 28.12.2000). Отчеты по движению готовой продукции за периоды 2017-2020 гг. не содержат в спецификациях обозначений, под которыми такая продукция выпускалась, а содержат наименования видов косметических средств – гель, саше, маска, крем, кондиционер и так далее.

Ряд, представленных лицом, подавшим возражение, договоров не содержит спецификаций по области деятельности (договор №5092553 от 26.01.2021, №50549 от 01.06.2017, №1101676 от 01.06.2017, №3120046 от 01.10.2018, агентские договоры от 01.12.2011, 01.02.2012, 01.08.2014, 12.01.2016, 12.01.2009, 25.02.2019, 01.11.2020, 06.02.2018), поэтому по ним не представляется возможным оценить какое именно обозначение в рамках них использовалось.

Таким образом, представленные договоры поставок и агентские договоры не отражают использование противопоставленных товарных знаков как таковых, поэтому в рамках пункта 162 Постановления Пленума ВС РФ №10 не могут быть рассмотрены в качестве обстоятельств, усиливающих вероятность смешения.

При данных обстоятельствах, а также с учетом отсутствия установленного сходства спорного и противопоставленных [1-6] товарных знаков, но однородности части товаров, в отношении которых они зарегистрированы, представленных сведений является недостаточно для признания недействительным предоставления правовой охраны спорному товарному знаку в порядке подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Применение пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса в качестве основания для признания предоставления правовой охраны недействительной обусловлено в возражении тем фактом, что оспариваемый знак способен вводить потребителя в заблуждение относительно производителя товаров.

Способность введения в заблуждение может возникнуть у потребителя в результате ассоциации, в том числе, с иным лицом, основанной на предшествующем опыте потребителя.

Для вывода о возникновении указанной ассоциации, связанной с иным производителем товара, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение у потребителей стойкой ассоциативной связи между товаром и его производителем.

Способность обозначения вводить потребителя в заблуждение не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и изготовителе.

Выше в настоящем заключении коллегией уже проанализированы договоры поставки, агентские договоры, в которых выборочно присутствуют названия противопоставляемых товарных знаков, откуда нельзя сделать вывод об интенсивности использования каждого из них, поскольку неочевидно в каких объемах обозначение MIRRA присутствовало на этикетках реализуемых товаров.

Вместе с тем в рамках исследования основания применения пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия анализирует все представленные документы о деятельности ЗАО «МИРРА-М».

Так, представленные сведения о наградах (4) связываются с деятельностью Закрытого акционерного общества «МИРРА-М» за работы в области промышленной биотехнологии, иммунотехнологии, медицинской биотехнологии, экологически чистая продукция, за лучшие финансово-экономические показатели, “здоровое питание”.

Представленные контракты (3) о приобретении косметической продукции у итальянских компаний с нанесением на нее логотипа *mirra*, а также декларации о соответствии Евразийского экономического союза подтверждают нанесение на приобретенную декоративную косметическую продукцию обозначения *mirra* (тени, румяна, карандаши для глаз, пудра, тени для век, тени для бровей), а полученные для такой продукции декларации датированы 2016-2019 гг. на обозначения *mirra decor*, *mirra colour*.

Договоры на приобретение упаковочной продукции (5) с представленными оригинал-макетами этикетки не содержат сведений о количестве этикеток в рулоне в отношении обозначения *mirra professional*.

Представлен сертификат о владении доменным именем *mirra.ru* с 20.10.1998 г.

Лицом, подавшим возражение, также представлены договоры аренды помещений (ТРЦ «Гагаринский», «COLUMBUS», «Океания»), однако только один из них имеет пояснение по разрешенному использованию – «для реализации косметики МИРРА», и содержит макет вывески МИРРА.

В рамках рекламной кампании обратившегося с возражением лица представлен договор с ООО «ГПМ РАДИО» от 04.12.2017, в котором говорится об упоминании о спонсоре радиопередач «УТРО НА РОМАНТИКЕ» о ЗАО «МИРРА-М», а вот запись рекламного ролика, подлежащего воспроизведению, не отражена в представленных договорах.

Таким образом, представленные документы отражают фактическую деятельность ЗАО «МИРРА-М» в рамках биотехнологий и введения в оборот косметических средств, в том числе с использованием слова «*mirra*», однако по представленным договорам поставки, отчетам о движении готовой продукции, договорам о рекламе, не представляется возможным установить масштаб использования обозначения *MIRRA* в качестве наименования косметических и косметологических средств и приспособлений.

Вместе с тем не представляется возможным оценить, как в отношении несходных обозначений может быть установлена способность введения в заблуждение спорным обозначением относительно производителя товара.

Особенно важно подчеркнуть отсутствие сведений об исследовании восприятия потребителями оспариваемого товарного знака в качестве средства индивидуализации лица, подавшего возражения.

В отсутствии таких документов необходимость применения пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса является недоказанной материалами дела.

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

удовлетворить возражение, поступившее 29.12.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №866006 недействительным частично, а именно, в отношении товаров 03 класса МКТУ «амбра [парфюмерия]; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; ароматизаторы для кондитерских изделий из сдобного теста [эфирные масла]; ароматизаторы для напитков [эфирные масла]; ароматизаторы пищевые [эфирные масла]; аэрозоль для освежения полости рта; бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; басма [краситель косметический]; блески для губ; блестки для ногтей; блестки для тела; вазелин косметический; вата для косметических целей; вата, пропитанная препаратами для удаления макияжа; вещества ароматические для отдушивания белья; вещества клейкие для косметических целей; вода ароматическая; вода жавелевая; вода лавандовая; вода мицеллярная; вода туалетная; воск для удаления волос; воск для усов; воски для кожи; гели для массажа, за исключением используемых для медицинских целей; гелиотропин; гель для отбеливания зубов; гераниол; глиттеры для ногтей; грим; дезодоранты для домашних животных; дезодоранты для человека или животных; депилятории; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; духи; жиры для косметических целей; изделия парфюмерные; изображения переводные декоративные для косметических целей; ионон [парфюмерный]; камень квасцовый для бритья [вяжущее средство]; карандаши для бровей; карандаши косметические; клеи для прикрепления

искусственных ресниц; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; красители для бороды и усов; красители косметические; краски для тела косметические; кремы для кожи; кремы косметические; кремы косметические отбеливающие; ладан; лаки для волос; лаки для ногтей; латекс жидкий для окрашивания тела косметический; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масла, используемые как очищающие средства; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; молоко миндальное для косметических целей; молочко туалетное; мускус [парфюмерия]; мыла; мыла дезодорирующие; мыла для бритья; мыла кусковые туалетные; мыла против потения; мыла против потения ног; мыло миндальное; мята для парфюмерии; наборы косметические; наклейки для глаз гелевые косметические; наклейки для ногтей; наклейки для создания двойного века; ногти искусственные; одеколон; основы для цветочных духов; палочки фимиамные; пасты зубные; патчи для глаз гелевые косметические; пеналы для губной помады; пероксид водорода для косметических целей; полоски для освежения дыхания; полоски отбеливающие для зубов; помада губная; помады для косметических целей; препараты для бритья; препараты для ванн косметические; препараты для ванн, не для медицинских целей; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для полирования зубных протезов; препараты для полоскания рта, за исключением используемых в медицинских целях; препараты для похудения косметические; препараты для промывания глаз, не для медицинских целей; препараты для удаления макияжа; препараты для ухода за ногтями; препараты для чистки зубных протезов; препараты коллагеновые для косметических целей; препараты с алоэ вера для косметических целей; препараты солнцезащитные; препараты, освежающие дыхание для личной гигиены; пудра для макияжа; растворы вагинальные

для интимной гигиены или в качестве дезодоранта; ресницы искусственные; салфетки детские, пропитанные очищающими средствами; салфетки, предотвращающие окраску при стирке; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; салфетки, пропитанные препаратами для удаления макияжа; сафрол; свечи массажные для косметических целей; смеси ароматические из цветов и трав; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; средства вяжущие для косметических целей; средства для бровей косметические; средства для гримирования; средства для загара косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для ресниц косметические; средства для ухода за кожей косметические; средства для чистки зубов; средства косметические; средства косметические для детей; средства косметические для животных; средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; средства моющие для интимной гигиены немедицинские; средства моющие для личной гигиены дезинфицирующие или дезодорирующие; средства обесцвечивающие [деколораторы] для косметических целей; средства туалетные; средства туалетные против потения [туалетные принадлежности]; средства фитокосметические; тальк туалетный; тампоны ватные для косметических целей; терпены [эфирные масла]; хна [краситель косметический]; шампуни; шампуни для животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни для комнатных животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни сухие; экстракты растительные для косметических целей; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]» оспариваемого товарного знака представляют косметически и парфюмерные средства, как и товары «духи; ароматические смеси из цветов и трав; вода ароматическая; вода туалетная; основы для цветочных духов; изделия парфюмерные; средства косметические для ухода за кожей; средства косметические для ресниц; наборы косметические; средства косметические для

загара; средства косметические для бровей; салфетки, пропитанные косметическими средствами; помады для косметических целей; лосьоны для косметических целей; лосьоны для волос; пасты, порошки зубные; масла эфирные» и услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; демонстрация товаров; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; помощь административная в вопросах тендера; посредничество коммерческое [обслуживание]; 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; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и

медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; 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; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; 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; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги коммерческого лоббирования; услуги РРС; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров;

услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]».