

**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 04.06.2024, поданное Индивидуальным предпринимателем Ибатуллинским Азаматом Валерьевичем, г. Уфа, Республика Башкортостан (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №714010, при этом установила следующее.



Оспариваемый словесный товарный знак «» по заявке №2018732403 с приоритетом от 31.07.2018 зарегистрирован 28.05.2019 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №714010 в отношении товаров 24 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя Брюханова Владимира Владимировича, 153000, Ивановская область, г. Иваново, ул. Большая Воробьевская, 29 (далее - правообладатель).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 04.06.2024 поступило возражение, в котором оспаривается

правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, указанная регистрация была произведена в нарушение требований пункта 6, пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему.



Оспариваемый товарный знак «» является сходным до степени смешения с товарным знаком «МОЙ ДОМ» по свидетельству №375454 (приоритет от 21.12.2007, дата регистрации 24.03.2009).

Словесный элемент «МОЙ ДОМ» оспариваемого товарного знака является тождественным (имеет высокую степень сходства) с противопоставленным товарным знаком «МОЙ ДОМ», а услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый знак, имеют высокую степень однородности услугам 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный знак.

При выводе Роспатента об отсутствии оснований для признания оспариваемой регистрации несоответствующей пункту 10 статьи 1483 Кодекса, лицо, подавшее возражение, также просит проверить соответствие оспариваемой регистрации пункту 6 статьи 1483 Кодекса с учетом того, что оспариваемый знак в целом является сходным до степени смешения с противопоставленным знаком.

На основании вышеизложенного, лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №714010 как несоответствующее пунктам 6, 10 статьи 1483 Кодекса.

Правообладатель 21.10.2024 представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, подало возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по истечении пяти лет со дня публикации сведений о регистрации товарного знака, в связи с чем в удовлетворении возражения лица, подавшего возражения, должно быть отказано,

- товарный знак правообладателя и товарный знак лица, подавшего возражение, не смешиваются на рынке, что является основанием для отказа в удовлетворении возражения,

- лицо, подавшее возражение, не представило доказательств, что оно каким-либо образом использует принадлежащий ему товарный знак, кроме того, лицо, подавшее возражение, ведёт деятельность, направленную на аккумуляцию товарных знаков, а не на их реальное использование, что свидетельствует о том, что услуги лица, подавшего возражение, неизвестны потребителям,

- правообладатель осуществляет реальную деятельность под товарным знаком, в том числе с использованием своего сайта [moydom37.ru](http://moydom37.ru) и с использованием площадки «Wildberries»,

- лицо, подавшее возражение, не уточнило в просительной части товары и услуги, в отношении которых оно просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку недействительным,

- услуги, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарному знаку лица, подавшего возражение, не однородны товарам 24 и большинству услуг 35 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак,

- поскольку услуги по продвижению товаров и снабженческие услуги оказываются посредническими предприятиями (магазинами, супермаркетами, торговыми центрами, оптово-розничными базами) третьим лицам и не предполагают производство товаров, а лишь агрегацию ресурсов, то сформулированные в общем виде без уточнения по ассортименту реализуемых товаров или по сфере деятельности (применительно к товарам 24 класса МКТУ), услуги 35 класса МКТУ и товары 24 класса МКТУ различны по своей природе и назначению, не являются взаимозаменяемыми (взаимодополняемыми), поэтому не могут быть признаны однородными,

- следующие услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, не относятся к услугам по продвижению товаров и услугам по снабжению, имеют иное назначение, сферу применения и круг потребителей:

*«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; 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 консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской*

*лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая».*

В связи с вышеизложенным правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №714010.

К отзыву приложены следующие материалы:

1. Распечатка из Rusprofile,
2. Распечатка из картотеки арбитражных дел,
3. Распечатка списка дел в ППС,
4. Судебные дела с участием лица, подавшего возражение,
5. Распечатки с сайта правообладателя и его страницы на WB.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (31.07.2018) приоритета товарного знака по свидетельству №714010 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с 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 требованиями пункта 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.

Согласно абзацу второму пункта 10 статьи 1483 Кодекса государственная регистрация в качестве товарных знаков таких обозначений допускается при наличии соответствующего согласия, предусмотренного пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

При проверке сходства заявленного обозначения используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил.

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 «» по свидетельству №714010 представляет собой комбинированное обозначение, включающее словесный элемент «МОЙ ДОМ», выполненный буквами кириллического алфавита, и изобразительный элемент в виде стилизованного изображения дома на черном фоне. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 24 и услуг 35 классов МКТУ.

Противопоставляемый товарный знак «МОЙ ДОМ» по свидетельству №375454 (приоритет от 21.12.2007, дата регистрации 24.03.2009) представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Коллегия отмечает, что поступившее 04.06.2024 возражение направлено почтовым отправлением с датой отправки 28.05.2024, что, таким образом, не выходит за рамки пятилетнего срока, отведенного для подачи возражения по пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительной предоставление правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Исходя из имеющихся в деле доводов ИП Ибатуллин А.В. обладает исключительным правом на товарный знак по свидетельству №375454, который, по мнению лица, подавшего возражение, сходен до степени смешения с оспариваемым товарным знаком.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод о наличии заинтересованности ИП Ибатуллин А.В. в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №714010.

Мотивы возражения основаны на том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №714010 не соответствует требованиям пункта 6, пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №714010 и противопоставленного товарного знака №375454 на соответствие требованиям пункта 6, пункта 10 статьи 1483 Кодекса показал следующее.



Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака «» и противопоставляемого товарного знака «МОЙ ДОМ» показал, что сопоставляемые обозначения включают в себя фонетически и семантически («мой» - мест. притяж. к я, тот, который в данный момент является предметом обсуждения (с точки зрения говорящего), «дом» - жилое здание, жилое помещение, Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/862262>, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/792650>) тождественный словесный элемент «МОЙ ДОМ», выполняющий основную индивидуализирующую функцию в знаках.

Визуальное сходство оспариваемого и противопоставляемого товарного знака обусловлено присутствием в них тождественного слова «МОЙ ДОМ», выполненного буквами кириллического алфавита.

Таким образом, сопоставляемые товарные знаки являются сходными за счет присутствия в них тождественного словесного элемента «МОЙ ДОМ».

Коллегия отмечает, что лицо, подавшее возражение, не уточнило в просительной части товары и услуги, в отношении которых оно просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку недействительным. Вместе с тем, в тексте возражения содержится оценка однородности услуг 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака с услугами 35 класса МКТУ противопоставляемого товарного знака.

Анализ однородности оспариваемых услуг 35 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне противопоставляемого товарного знака, показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегии надлежит руководствоваться требованиями пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Правовая охрана оспариваемому товарному знаку по свидетельству №714010 предоставлена в отношении широкого перечня товаров 24 и услуг 35 классов МКТУ.

Правовая охрана противопоставляемому товарному знаку по свидетельству №375454 предоставлена в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ: «продвижение товаров (для третьих лиц); услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами)».

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; 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; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; 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; телемаркетинг; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPS; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; экспертиза деловая», представляющие собой услуги в области продвижения и реализации товаров, включая исследование рынка, услуги рекламы, которые являются

однородными услугам 35 класса МКТУ, указанным в перечне противопоставляемого товарного знака.

Таким образом, сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ являются однородными друг другу, так как представляют собой услуги одних и тех же родовых групп, назначения и свойств.

Учитывая установленное сходство оспариваемого и противопоставляемого товарного знака, а также установленную однородность сопоставляемых услуг 35 класса МКТУ, коллегия приходит к выводу о вероятности смешения сопоставляемых товарных знаков в торговом обороте в отношении оспариваемых услуг 35 класса МКТУ.

Таким образом, товарный знак по свидетельству №714010 не соответствует требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, ввиду наличия более ранних прав на сходный до степени смешения товарный знак по свидетельству №375454 в отношении вышеуказанных однородных услуг 35 класса МКТУ.

В отношении другой части услуг 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; информация деловая; исследования в области бизнеса; 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; 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 административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; 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 консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; 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 субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования», коллегия отметила, что указанные услуги относятся к такой группе товаров как «услуги конторские, услуги секретарей, услуги в области бухгалтерского учета, услуги кадровые, посреднические услуги, услуги в сфере бизнеса, включая услуги информационно-справочные», ввиду чего не являются

однородными услугам 35 класса МКТУ «продвижение товаров (для третьих лиц); услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами)» противопоставляемого товарного знака №375454, поскольку сравниваемые услуги не могут быть отнесены к одному роду/виду услуг и, следовательно, их смешение на рынке отсутствует.

Коллегия отмечает, что товары 24 класса МКТУ оспариваемого товарного знака не могут быть отнесены к категории сопутствующих с услугами 35 класса МКТУ. Услуги 35 класса МКТУ в противопоставляемом товарном знаке сформулированы в общем виде без уточнения по ассортименту реализуемых товаров или сфере деятельности, ввиду чего товары 24 класса МКТУ оспариваемого товарного знака не могут быть признаны однородными с услугами 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака.

Что касается доводов лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса, то коллегия сообщает следующее.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку (обозначению), представляющему собой 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.

В этой связи немаловажно учесть особенности композиционного построения элементов товарного знака, благодаря которым некоторые слова, являющиеся самостоятельными лексическими единицами, начинают восприниматься потребителем как единое целое в конкретном товарном знаке с учетом специфики их расположения в нем.



В составе оспариваемого товарного знака «» словесный элемент «МОЙ ДОМ», расположенный в центре знака, влияет на сущностное восприятие оспариваемого товарного знака, поскольку не занимает периферийного положения и несет основную индивидуализирующую нагрузку в знаке.

Таким образом, слово «МОЙ ДОМ» не квалифицируется коллегией как самостоятельный и независимый элемент оспариваемого товарного знака, сходство которого привело бы к несоответствию регистрации требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Исходя из данного обстоятельства, вышеуказанная норма права не подлежит применению.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 04.06.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №714010 недействительным в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ: «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с**

общественностью; 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; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; 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; телемаркетинг; торговля оптовая фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; торговля розничная фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPS; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги

**манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; экспертиза деловая».**