

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  **возражения**  **заявления**

Коллегия, в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 27.05.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ЮНИМАРК», Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, г. Нижневартовск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023721571, при этом установлено следующее.



Обозначение «» по заявке № 2023721571, поданной 20.03.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 01, 03, 04, 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 27.03.2024 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023721571. В заключении по результатам экспертизы заявленного обозначения, являющемся неотъемлемой частью решения Роспатента от 27.03.2024, установлено несоответствие заявленного обозначения требованиям пунктов 3, 6 статьи 1483 Кодекса. Указанный вывод обоснован тем, что заявленное обозначение воспроизводит комбинированное обозначение со словесным элементом «ЮКОС», которое использовалось компанией ОАО НК «ЮКОС» (ОАО НК «ЮКОС» – российская нефтяная компания, существовавшая с

1993 по 2007 год, в 2003 году против ОАО НК «ЮКОС» Министерство Российской Федерации по налогам и сборам возбудило расследование по поводу уклонения от уплаты налогов, 01.08.2007 ОАО НК «ЮКОС» было объявлено банкротом, до 12.11.2007 в отношении компании проводилось конкурсное производство – последняя процедура банкротства, в течение 2007 года имущество компании продавалось на аукционах с целью покрытия долгов, 21.11.2007 ОАО НК «ЮКОС» было ликвидировано (см. Интернет, <https://www.kommersant.ru/doc/2968395?ysclid=1noi5p6z8w613517395>, <https://ria.ru/20211105/yukos-1757544043.html?ysclid=lnoi6a5vnl129049111>, <http://www.ngfr.ru/library.html?yukos>, <https://aif.ru/dontknows/eternal/1217664?ysclid=lnoi6ywdsj619117637>, <https://tass.ru/info/7785551?ysclid=lnoi8rc59f740456291>)). Учитывая многолетнюю известность и репутацию данной компании, регистрация заявленного обозначения на имя другого лица, даже применительно к неоднородным товарам и услугам, будет противоречить общественным интересам, поскольку при восприятии продукции (услуг), маркированной заявленным обозначением, потребитель будет воспринимать ее в ассоциации с широко известной компанией. Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) для товаров и услуг 01, 03, 04, 35 классов МКТУ на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса, как противоречащее общественным интересам.

В заключении по результатам экспертизы дополнительно отмечается, что сеть Интернет имеет широкое использование в качестве источника информации, поэтому учитываются не только ранее зарегистрированные товарные знаки, но и общедоступная информация. Регистрация обозначения, воспроизводящего чужое обозначение, права на которое принадлежат иному лицу, могут квалифицироваться как акт недобросовестной конкуренции и использование чужой коммерческой репутации, что противоречит общественным интересам в соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве знака обслуживания на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса, так как

сходно до степени смешения с товарным знаком «  ЮКОЗ » по свидетельству

№ 463853 с приоритетом от 14.10.2010 (срок действия исключительного права продлен до 14.10.2030), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Юкоз Медиа», Москва, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

Заявитель не согласился с принятым решением и подал возражение, поступившее 27.05.2024. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не имеет связи с ОАО НК «ЮКОС», так как оно прекратило свое существование более 17 лет назад и не обладает актуальной известностью среди потребителей;

- потребителям не известна связь между заявленным обозначением и ОАО НК «ЮКОС», что подтверждается отсутствием значимых ассоциативных связей или доказательств стойкого восприятия обозначения как относящегося к указанной компании;

- заявленное обозначение не противоречит общественным интересам, так как оно не содержит непристойных, антигуманных или иных оскорбительных элементов;

- потребители не могут быть введены в заблуждение относительно производителя товаров или услуг, поскольку доказательств такой вероятности в решении Роспатента не представлено;

- заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству № 463853 не являются сходными до степени смешения, в связи с различиями по фонетическим, семантическим и графическим критериям: звучание слов «ЮКОС» и «УКОЗ ЮКОЗ» различно за счет разного количества букв, звуков и слогов, семантическая нейтральность заявленного обозначения исключает его ассоциацию с противопоставленным товарным знаком, различия в графическом оформлении (шрифты, цветовые решения, композиция изобразительных элементов) создают разное общее зрительное впечатление;

- использование Интернет-источников без анализа иных доказательств (публикации, опросы, статистические данные) не может служить основанием для отказа в регистрации товарного знака;

- изобразительный элемент заявленного обозначения играет существенную роль в его индивидуализации и исключает смешение с противопоставленным товарным знаком.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение об отказе в регистрации товарного знака по заявке № 2023721571 и зарегистрировать заявленное обозначение для товаров и услуг 01, 03, 04 и 35 классов МКТУ.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 28.08.2024, коллегией в порядке, предусмотренном пунктом 45 Правил ППС, установлено несоответствие заявленного обозначения требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, о чем соответствующая запись внесена в протокол. Заявителю предоставлена возможность представить свое мнение. К протоколу также приобщены дополнительные информационные источники, а именно:

- [https://www.google.ru/search?q=юкос&newwindow=1&sca\\_esv=24ffb5f5e02c9e2b&source=ln&tbs=cdr%3A1%2Ccd\\_min%3A1%2F1%2F2000%2Ccd\\_max%3A3%2F20%2F2023&tbm=](https://www.google.ru/search?q=юкос&newwindow=1&sca_esv=24ffb5f5e02c9e2b&source=ln&tbs=cdr%3A1%2Ccd_min%3A1%2F1%2F2000%2Ccd_max%3A3%2F20%2F2023&tbm=),

- <http://neftianka.ru/yukos-vzlet-i-padenie/>,

- <https://tass.ru/info/7785551>,

- <https://www.kommersant.ru/doc/2968395>,

- <https://lenta.ru/tags/organizations/yukos/>,

- <https://lenta.ru/tags/organizations/yukos/2/>,

- <https://www.interfax.ru/business/801453>,

- <https://iz.ru/tag/iukos>,

- <https://www.ozon.ru/product/yukos-otmyvanie-deneg-biryukov-yuriy-stanislavovich-277757888/>,

- [https://octagon.media/istorii/yukos\\_20\\_let\\_spustya\\_teper\\_on\\_indijskij.html](https://octagon.media/istorii/yukos_20_let_spustya_teper_on_indijskij.html),

- <https://www.list-org.com/company/11417545>,

- <https://russian.rt.com/world/article/829182-yukos-process-rotshild-vyhod>,

- <https://www.kommersant.ru/doc/3989359>.

Также в ходе заседания 28.08.2024 заявитель сообщал о том, что направлял в материалы дела дополнение к возражению от 13.08.2024.

Вместе с тем указанная корреспонденция в материалы дела не поступала, о чем заявитель уведомлен в ходе заседаний 28.08.2024, 24.10.2024.

На заседании 24.10.2024 заявитель заявил о том, что рассмотрение возражения может быть осуществлено без учета тех материалов, на которые он ссылался 28.08.2024 и которые не поступили в дело.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (20.03.2023) подачи заявки № 2023721571 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572) (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы:

- 1) являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя;
- 2) противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

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.

При установлении способности обозначения ввести потребителя в заблуждение учитываются, в том числе сведения о товарных знаках или иных средствах индивидуализации, предоставление правовой охраны которым признано недействительным на том основании, что действия правообладателя, связанные с их регистрацией и использованием, были признаны в установленном законодательством Российской Федерации порядке актом недобросовестной конкуренции или злоупотреблением правом на основании решения федерального антимонопольного органа и его территориальных органов или решения суда.

К обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии.

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.

Согласно пункту 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.

Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 – 44 Правил.

Согласно пункту 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 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).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2023721571 подано



комбинированное обозначение «», состоящее из изобразительного элемента в форме треугольника, разделенного на сектора, а также словесного элемента «ЮКОС», выполненного буквами русского алфавита. Указанные элементы размещены на сером фоне. Обозначение выполнено в следующем цветовом сочетании: зеленый, желтый, серый. Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров и услуг 01, 03, 04, 35 классов МКТУ.

Основанием для принятия оспариваемого решения послужил вывод о том, что заявленное обозначение воспроизводит комбинированное обозначение со словесным элементом «ЮКОС», которое использовалось компанией ОАО НК «ЮКОС». Вывод основан на сведениях сети Интернет.

По указанным в оспариваемом решении ссылкам в сети Интернет размещены публикации средств массовой информации, относящиеся к периоду, предшествующему дате подачи заявки, где содержатся сведения о том, что ОАО НК «ЮКОС» «была второй по величине нефтяной компанией в России, а по запасам нефти – первой»<sup>1</sup>. Впоследствии в связи с данной компанией расследовались дела о «создании схемы уклонения от уплаты налогов».<sup>2</sup> «Согласно первому делу "ЮКОСа", суд в 2005 году признал основных совладельцев компании Михаила Ходорковского и Платона Лебедева виновными в мошенничестве, уклонении от налогов и других экономических преступлениях, и приговорил каждого из них к

<sup>1</sup> <https://www.kommersant.ru/doc/2968395?ysclid=lnoi5p6z8w613517395> (дата публикации: 20.04.2016).

<sup>2</sup> <https://ria.ru/20211105/yukos-1757544043.html?ysclid=lnoi6a5vnl129049111> (дата публикации: 05.11.2021).

девяти годам колонии. Впоследствии Мосгорсуд сократил этот срок до восьми лет»<sup>3</sup>. «Компании были предъявлены огромные претензии, погасить которые она не смогла. В 2004-2007 годах проводилась распродажа активов "ЮКОСа". Основными покупателями стали "Роснефть" и "Газпром"»<sup>4</sup>. «Несогласные с этим решением Yukos Universal, Hulley Enterprises и Veteran Petroleum подали в 2007 году иск в Постоянную палату третейского суда в Гааге»<sup>5</sup>. «С июня 2015 года в СМИ неоднократно публиковались сообщения, что акционеры ЮКОСа добивались ареста ряда государственных счетов РФ и российских государственных организаций в разных странах Европы»<sup>6</sup> (см. ссылки экспертизы).

Таким образом, в сети Интернет широко представлены сведения о «деле "ЮКОС"», оно имеет не только национальную, но и общемировую известность. Намерение регистрации обозначения, имеющего стойкую ассоциативную связь с «делом "ЮКОС"», расценено экспертизой как недобросовестное поведение.

Под общественными интересами подразумевается публичный порядок, основанный на установленных государством основополагающих нормах. Регистрация обозначения, ассоциирующегося с противоречащей правопорядку деятельностью, затрагивает интересы членов общества, которые могут быть возмущены соответствующим фактом как популяризацией нарушения закона.

Вероятность негативного восприятия заявленного обозначения в данном случае не определяется только товарами, связанными с нефтедобычей, а охватывает любые товары и услуги, как отражение коммерческой деятельности, при осуществлении которой могут быть допущены нарушения закона. Тем, не менее, указанные в заявке товары и услуги в полной мере соответствуют товарам и услугам, в отношении которых усматривается негативная коннотация заявленного обозначения.

В связи с изложенным коллегия полагает, что выводы оспариваемого решения в части несоответствия заявленного обозначения требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса являются обоснованными.

---

<sup>3</sup> <https://aif.ru/dontknows/eternal/1217664?ysclid=Inoi6ywdsj619117637> (дата публикации: 28.07.2014).

<sup>4</sup> <http://www.ngfr.ru/library.html?yukos> (дата обновления: 12.10.2008).

<sup>5</sup> <https://tass.ru/info/7785551?ysclid=Inoi8rc59f740456291> (дата публикации: 18.02.2020).

<sup>6</sup> Там же.

Что касается доводов заявителя о длительном перерыве во времени между вышеуказанными событиями и фактом подачи заявки № 2023721571, то они не убедительны, поскольку представленные в оспариваемом решении источники демонстрируют неугасающий интерес к данной проблеме – приведенные примеры публикаций относятся к 2008, 2014, 2016, 2020, 2021 гг. Более того, коллегией дополнительно приобщены источники и иных периодов, вплоть до актуальных дат (см. материалы, приобщенные к протоколу 28.08.2024).

Дополнительно коллегией оценено соответствие заявленного обозначения требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

На основании имеющихся в материалах возражения источников установлено, что заявленное обозначение имеет устойчивую ассоциативную связь с ОАО НК «ЮКОС», сложившуюся задолго до даты подачи заявки № 2023721571.

Как следствие, заявленное обозначение ассоциируется у потребителей с иным лицом, не являющимся заявителем. Вместе с тем заявитель не имеет отношения к указанному обществу, в связи с чем вызывает у потребителей дезориентирующие представления о лице, производящем товары, оказывающем услуги, основанные на знаниях потребителей об ином производителе.

Испрашиваемые товары и услуги 01, 03, 04, 35 классов МКТУ относятся к продуктам химической промышленности, нефтепереработки, нефтедобычи, а также к продвижению товаров. Для названных категорий товаров и услуг возникновение неверного представления о лице-изготовителе отвечает критерию правдоподобности, поскольку деятельность ОАО НК «ЮКОС» была связана именно с соответствующими областями.

При таких обстоятельствах заявленное обозначение может быть квалифицировано также как не соответствующее подпункту 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, в рамках пункта 6 статьи 1483 Кодекса было установлено сходство до степени смешения заявленного обозначения с товарным знаком

« ЮКОЗ» по свидетельству № 463853 с приоритетом от 14.10.2010. Анализ правомерности данного вывода показал следующее.



В заявленном обозначении «» по заявке № 2023721571, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным является словесный элемент «ЮКОС», поскольку он в большей степени обуславливает запоминание обозначения при его восприятии. Изобразительный элемент представлен крупным треугольником, разделенным на сегменты. Данный элемент не имеет очевидного смыслового образа, в связи с чем не превалирует над словесным.

Индивидуализирующая способность противопоставленного товарного знака



«» по свидетельству № 463853 обусловлена исключительно словами «UCOZ» и «ЮКОЗ», где второе является транслитерацией / транскрипцией первого слова буквами русского алфавита. Двойное воспроизведение одного и того же слова дополнительно акцентирует на нем внимание.

Слова «ЮКОС» заявленного обозначения и «UCOZ» / «ЮКОЗ» противопоставленного товарного знака характеризуются фонетическим сходством наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, близости звуков, составляющих обозначения, расположения близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, совпадения числа слогов в обозначениях и места совпадающих звукосочетаний в составе обозначений.

Смысловое сходство в данном случае не может рассматриваться как основной критерий, поскольку слова не несут однозначной и очевидной потребителю семантики.

С точки зрения визуального признака, в обозначениях использованы разные цветовые и композиционные решения, однако визуальное исполнение слов «ЮКОС» и «ЮКОЗ» характеризуются одним видом шрифта (стандартный), идентичным расположением совпадающих букв по отношению друг к другу, совпадением алфавита, буквами которого написаны слова.

Что касается довода заявителя о существенной роли изобразительного элемента в заявленном обозначении, то коллегия полагает, что роль графического

критерия в данном случае не может быть определяющей, поскольку имеющиеся визуальные особенности не создают качественно разного общего впечатления от обозначений в целом по причине того, что не определяют возникновение разного смыслового образа и не меняют доминирующее значение словесных составляющих.

С учетом изложенного признак фонетического сходства выступает превалирующим, и благодаря ему устанавливается сходство обозначений в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «*абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации*

*в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги лидогенерации; услуги манекеничников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке*

новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по сравнению цен; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листков; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; опросы социологические; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; организация торгово-закупочной деятельности» однородны услугам «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц]; представление товаров на

*всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение товаров [для третьих лиц]; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; публикация рекламных текстов; распространение рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации по компьютерным базам данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги по сравнению цен»* противопоставленного товарного знака, поскольку совпадают или соотносятся как вид-род, в связи с чем характеризуются общим назначением, одинаковыми условиями оказания и кругом потребителей, взаимодополняемостью, взаимозаменяемостью.

Остальные услуги 35 класса МКТУ (*аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; выписка счетов; 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; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; подготовка платежных документов; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; 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 компьютеризированное медицинскими картами и файлами; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги коммерческого посредничества; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес – инкубаторов; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации)* отличаются по родовой принадлежности и назначению с услугами противопоставленной регистрации, вследствие чего могут быть признаны неоднородными.

Таким образом, сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака (знака обслуживания), наряду с выводом об однородности части заявленных услуг услугам противопоставленного перечня свидетельствует о наличии вероятности смешения обозначения по заявке № 2023721571 и товарного знака по свидетельству № 463853 в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ (перечислены выше) и о несоответствии первого требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 27.05.2024, изменить решение Роспатента от 27.03.2024 и отказать в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023721571 с учетом дополнительных оснований.**