

## **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 03.07.2024, поданное Индивидуальным предпринимателем Карловой Анастасией Валерьевной, город Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023732866, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «**BOOMBLOOM**» по заявке №2023732866 с приоритетом от 19.04.2023 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 03, 04, 16, 21, 24, 25, 35, 40, 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 21.05.2024 о государственной регистрации товарного знака в отношении товаров и услуг 03, 04, 16, 21, 24, 25, 40, 41 классов МКТУ и части услуг 35 класса МКТУ. В отношении остальной части услуг 35 класса МКТУ заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса (далее – решение

Роспатента), поскольку оно сходно до степени смешения со знаком «



по свидетельству №518684 с приоритетом от 26.02.2013, зарегистрированным на имя

Общество с ограниченной ответственностью "Блум Бум", Республика Башкортостан, город Уфа, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 03.07.2024 поступило возражение на решение Роспатента от 21.05.2024. Доводы возражения сводятся к следующему:

- сравниваемые обозначения производят разное общее зрительное впечатление, за счет различного композиционного и цветографического решения;

- сравниваемые обозначения имеют разное звучание, словесные элементы знаков имеют разное количество и состав букв, разный состав слогов и разное ударение;

- заявленное обозначение «BOOMBLOOM» отсутствует в общедоступных словарно-справочных изданиях, является фантазийным, вымышленным словом;

- графические элементы обозначений имеют совершенно разный уровень зрительного восприятия и не могут ассоциировать друг с другом. Кроме того, в противопоставленном знаке присутствует графический элемент в виде цветка, который обращает на себя внимание потребителей, поскольку выполнен в ярком цвете;

- товарный знак №518684 зарегистрирован в отношении узкого перечня услуг 35 класса МКТУ «продвижение товаров для третьих лиц, в том числе услуги розничной продажи цветов», следовательно для остальных заявленных услуг 35 класса товарный знак не может выступать препятствием;

- угроза смешения обозначений в сознании потребителей отсутствует, поскольку компании занимаются различной деятельностью, имеют разные круги потребителей;

- заявленное на регистрацию обозначение «BOOMBLOOM» заявитель использовал до даты подачи рассматриваемой заявки;

- Индивидуальным предпринимателем Карловым Марком Александровичем, реализующим товары под обозначением «BOOMBLOOM», и Обществом с ограниченной ответственностью «Екатеринбург Яблоко» («Золотое яблоко») ведется активное сотрудничество;

- товары под обозначением «BOOMBLOOM» активно реализуются и на других торговых площадках, таких как российская торговая сеть по продаже косметики и парфюмерии «Л'Этуаль», управляющей компанией которой является Общество с ограниченной ответственностью «Алькор и Ко»;

- о продукции заявителя под обозначением «BOOMBLOOM» неоднократно писали в СМИ и независимых источниках.

В подтверждение изложенных доводов лицом, подавшим возражение, представлены:

1. Договор по изготовлению свечей с использованием давальческого сырья от 30.09.2021 г.;

2. Разрешительное письмо от 04.07.2023 г.;

3. Договор поставки №ЕЯ1315-21 от 01.11.2021 г.;

4. Акт сверки взаимных расчетов за период: 3 квартал 2022 г.;

5. Акт сверки взаимных расчетов за период: 4 квартал 2023 г.;

6. Счет фактура №00044 от 16.07.2022 г.;

7. Счет фактура №00048 от 19.07.2022 г.;

8. Счет фактура №00052 от 31.07.2022 г.;

9. Счет фактура №506 от 06.10.2023 г.;

10. Счет фактура №507 от 06.10.2023 г.;

11. Счет фактура №508 от 06.10.2023 г.;

12. Счет фактура №520 от 20.10.2023 г.;

13. Счет фактура №543 от 03.11.2023 г.;

14. Счет фактура №559 от 03.11.2023 г.;

15. Счет фактура №600 от 10.11.2023 г.;

16. Счет фактура №622 от 17.11.2023 г.;

17. Счет фактура №643 от 24.11.2023 г.;

18. Счет фактура №666 от 01.12.2023 г.;

19. Счет фактура №721 от 15.12.2023 г.;

20. Счет фактура №781 от 29.12.2023 г.;

21. Счет фактура №782 от 29.12.2023 г.;

22. Договор на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
23. Акт сверки взаимных расчетов за период: 2 квартал 2023 г.;
24. Акт сверки взаимных расчетов за период: 4 квартал 2023 г.;
25. Приложение №10 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
26. Приложение №11 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
27. Приложение №12 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
28. Приложение №13 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
29. Приложение №14 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
30. Приложение №15 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
31. Приложение №16 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
32. Приложение №17 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
33. Приложение №18 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
34. Приложение №19 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
35. Приложение №20 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
36. Приложение №21 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
37. Приложение №22 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от 30.11.2021 г.;
38. Приложение №23 к Договору на проведение промоакций №ЕЯ68-22 от

30.11.2021 г.;

39. Договор комиссии №08092023/ДК от 08.09.2023 г.;

40. Гарантийное письмо от 30.06.2023 г.;

41. Договор на предоставление услуг по разработке дизайна от 29.22.2019 г. между ИП Клемазова Наталья Вячеславовна и Карлова Анастасия Валерьевна;

42. Счет на оплату №31 от 05.12.2019 г.;

44. Счет на оплату №33 от 29.01.2020 г.

На заседании коллегии представителем лица, подавшего возражение, была озвучена просьба об устранении технической ошибки, поскольку в решении Роспатента от 21.05.2024, в перечне услуг 40 класса МКТУ ошибочно указаны услуги 35 класса МКТУ.

С учетом приведенных в возражении доводов заявитель просит изменить решение Роспатента от 21.05.2024 и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2023732866 в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 03, 04, 16, 21, 24, 25, 40, 41 классов МКТУ и услуг 35 класса МКТУ *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров, за исключением продукции цветоводства; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей 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 административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг, не связанных с продукцией цветоводства; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; радиореклама в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; разработка рекламных концепций в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; распространение рекламных материалов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; рассылка рекламных материалов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; редактирование рекламных текстов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама интерактивная в компьютерной сети товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама наружная товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама телевизионная товаров, не связанных с продукцией цветоводства; регистрация данных и письменных сообщений; 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; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций 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 коммерческие программы возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, не связанных с продукцией цветоводства; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров, не связанных с продукцией цветоводства; услуги копирайтеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; опросы социологические; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес-инкубаторов; аренда кассовых аппаратов; организация торгово-закупочной деятельности товаров, не связанных с продукцией цветоводства; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; подготовка исследований рентабельности бизнеса; предоставление информации телефонных справочников; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги по обработке данных [офисные функции]».*

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (19.04.2023) заявки №2023732866 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает

вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Исходя из требований абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком другого лица, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

Положения, предусмотренные абзацем пятым настоящего пункта, не применяются в отношении обозначений, сходных до степени смешения с коллективными знаками.

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 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

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.

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 заявлено словесное обозначение « BOOMBLOOM», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке №2023732866 испрашивается в отношении товаров и услуг 03, 04, 16, 21, 24, 25, 35, 40, 41 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.



Противопоставленный товарный знак «  » по свидетельству №518684 включает словесные элементы «BLOOM», «BOOM», «БУКЕТНАЯ», «ЛАВКА», выполненные буквами русского и латинского алфавитов оригинальным шрифтом, и изобразительный элемент в виде цветка. Правовая охрана предоставлена в белом, черном, розовом цветовом сочетании, в отношении услуг 35 класса МКТУ «*продвижение товаров для третьих лиц, в том числе услуги розничной продажи цветов*».

Анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака показал следующее.

В результате сравнительного анализа по фонетическому критерию сопоставляемых обозначений установлено, что заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак являются сходными между собой, поскольку содержат тождественные словесные элементы «BOOM» и «BLOOM», расположенные в разной последовательности в сравниваемых обозначениях.

Изменение последовательности слов, тем не менее, не препятствует фонетическому восприятию слов «BOOM» и «BLOOM» как одинаковых в сопоставляемых обозначениях. Наличие одинаковых слов свидетельствует об одинаковом наборе звуков и букв в знаках, одинаковом количестве слогов.

По мнению заявителя, наличие дополнительных двух слов в составе противопоставленного товарного знака обуславливает его более длинное фонетическое звучание по сравнению с заявленным обозначением, в связи с чем оно не является сходным с ним по звучанию. Вместе с тем, в противопоставленном товарном знаке основными доминирующими элементами являются словесные элементы «BLOOM BOOM», поскольку они выполнены более крупным шрифтом, по сравнению с остальными словесными элементами и акцентируют на себе внимание потребителя.

Что касается смыслового критерия, то анализ словарно-справочной литературы показал, что слово «BOOMBLOOM» отсутствует в словарях, а значит, является вымышленным, что не позволяет провести анализ на предмет семантического сходства.

При анализе сравниваемых обозначений по визуальному признаку сходства следует отметить некоторое отличие, которое обусловлено использованием в противопоставленном товарном знаке изобразительного элемента и написанием словесных элементов в две строки, однако, учитывая, что фонетическое сходство доминирующих словесных элементов «BOOMBLOOM» и «BLOOM/BOOM», этот признак не играет определяющей роли для общего вывода о сходстве знаков.

Учитывая вышеизложенное, обозначения ассоциируются друг с другом в целом за счет превалирования фонетического тождества словесных элементов.

Таким образом, знак по заявке №2023732866 и товарный знак по свидетельству №518684 являются фонетически сходными.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

Анализ однородности испрашиваемых к регистрации услуг 35 класса МКТУ показал следующее.

Поскольку заявителем были внесены изменения в перечень заявленных услуг, то перечень услуг включает такие позиции как *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров, за исключением продукции цветоводства; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей 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 административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг, не связанных с продукцией цветоводства; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных*

текстов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; радиореклама в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; разработка рекламных концепций в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; распространение рекламных материалов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; рассылка рекламных материалов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; редактирование рекламных текстов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама интерактивная в компьютерной сети товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама наружная товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама телевизионная товаров, не связанных с продукцией цветоводства; регистрация данных и письменных сообщений; 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; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций 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 программами возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги

*стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, не связанных с продукцией цветоводства; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров, не связанных с продукцией цветоводства; услуги копирайтеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; опросы социологические; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес-инкубаторов; аренда кассовых аппаратов; организация торгово-закупочной деятельности товаров, не связанных с продукцией цветоводства; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; подготовка исследований рентабельности бизнеса; предоставление информации телефонных справочников; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги по обработке данных [офисные функции]» 35 класса МКТУ.*

Вместе с тем Роспатентом 21.05.2024 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении части заявленных товаров 35 класса МКТУ *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; 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; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей 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 административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; регистрация данных и письменных сообщений; 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; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций 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 программами возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по

*исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги копирайтеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; опросы социологические; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес-инкубаторов; аренда кассовых аппаратов; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; подготовка исследований рентабельности бизнеса; предоставление информации телефонных справочников; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги по обработке данных [офисные функции]».*

*Остальная часть указанных услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров, за исключением продукции цветоводства; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг, не связанных с продукцией цветоводства; публикация рекламных текстов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; радиореклама в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; разработка рекламных концепций в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; распространение рекламных материалов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; рассылка рекламных материалов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; редактирование рекламных текстов в отношении товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама товаров, не связанных с продукцией цветоводства;*

реклама интерактивная в компьютерной сети товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама наружная товаров, не связанных с продукцией цветоводства; реклама телевизионная товаров, не связанных с продукцией цветоводства; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, не связанных с продукцией цветоводства; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров, не связанных с продукцией цветоводства; организация торгово-закупочной деятельности товаров, не связанных с продукцией цветоводства» однородна услуге 35 класса МКТУ «продвижение товаров для третьих лиц, в том числе услуги розничной продажи цветов» противопоставленного товарного знака по свидетельству №518684. Сравнимые услуги относятся к родовой группе «продвижение и реализация товаров», которые имеют общее назначение, одинаковый круг потребителей, относятся к одному и тому же сегменту рынка, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, что свидетельствует об их однородности.

Таким образом, высокая степень сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, а также однородность сопоставляемых услуг, является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений. Следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

В части довода об использовании заявителем заявленного обозначения в гражданском обороте до даты подачи рассматриваемой заявки при осуществлении продажи косметической продукции, наличие фактических документов (счета-фактуры, договоры, акты) и приобретении известности у потребителя, необходимо указать, что данный аргумент не является основанием для снятия противопоставления в связи с наличием старшего права на сходное обозначение у иного лица.

Изучив материалы дела, коллегия подтверждает наличие технической ошибки в перечне услуг 40 класса МКТУ, в перечне услуг 40 класса МКТУ указаны услуги 35 класса МКТУ. Заявленные услуги 40 класса МКТУ будут добавлены в перечень, поскольку нет препятствий для государственной регистрации заявленного

обозначения в качестве товарного знака в отношении услуг 40 класса МКТУ.

Доводы Особого мнения от 19.08.2024, представленного заявителем, повторяют доводы, изложенные ранее, и проанализированы в мотивировочной части заключения коллегии.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 03.07.2024, изменить решение Роспатента от 21.05.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023732866.**