

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 поступившее 15.07.2024 возражение, поданное ООО Рекламная Группа «МАКСИМУМ», г. Уфа (далее – заявитель), на решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023712266, при этом установила следующее.

**Maximum**

Словесное обозначение «**рекламная группа**» по заявке №2023712266 с датой поступления от 17.02.2023 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 06, 09, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 25, 26, 28, 35, 40, 42 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Заявителем на стадии экспертизы в корреспонденции от 05.04.2024 был представлен скорректированный перечень товаров и услуг 06, 09, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 25, 26, 28, 35, 40, 42 классов МКТУ. В ответ на данную корреспонденцию экспертизой 21.05.2024 была направлена 401 форма о принятии данного скорректированного перечня товаров и услуг 06, 09, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 25, 26, 28, 35, 40, 42 классов МКТУ.

Роспатентом 10.06.2024 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023712266 в отношении всех товаров и услуг 09, 14,

18, 20, 25, 26, 40 классов МКТУ, при этом в отношении всех товаров и услуг 06, 11, 16, 21, 28, 35, 42 классов МКТУ правовая охрана не была предоставлена. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому знак не соответствует требованиям пунктов 1, 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное решение обосновано тем, что входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «РЕКЛАМНАЯ ГРУППА» («РЕКЛАМНАЯ» - прилагательное от «РЕКЛАМА» - распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний, «ГРУППА» - коллектив людей, которых связывают общие цели, интересы, деятельность и так далее (см. Интернет <https://dic.academic.ru/>, Финансовый словарь, Толковый словарь Дмитриева) характеризуют заявленные товары и услуги, а именно указывают на видовое наименование организации, назначение товаров и услуг, в связи с чем являются неохранными на основании подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее зарегистрированными на имя других лиц товарными знаками:

- с товарным знаком «МАКСИМУМ» (по свидетельству №1026082 с приоритетом от 16.02.2023) в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ [1];

- со знаком «МАХХІUМ» (по международной регистрации №911625 с приоритетом от 14.12.2006) в отношении товаров 28 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 28 класса МКТУ [2];

- со знаком «Маххі MUM» (по международной регистрации №1159408 с конвенционным приоритетом от 27.09.2012) в отношении товаров 11, 21 классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 11, 21 классов МКТУ [3];

- с товарным знаком «**МАКСИМУМ**» (по свидетельству №516541 с приоритетом от 30.10.2012) в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ [4];



- с товарным знаком «LIFE DEVELOPMENT» (по свидетельству №903025 с приоритетом от 21.05.2020) в отношении услуг 35, 42 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 42 классов МКТУ [5];



- с товарным знаком «*Максимум*» (по свидетельству №640049 с приоритетом от 03.10.2016) в отношении товаров и услуг 16, 35 классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам и услугам 16, 35 классов МКТУ [6];



- с товарным знаком «*QUALITY TOOLS*» (по свидетельству №918265 с приоритетом от 24.03.2021) в отношении товаров 06 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 06 класса МКТУ [7];



- с товарным знаком «*аксимум*» (по свидетельству №523324 с приоритетом от 25.09.2012) в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ [8].

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 15.07.2024, заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель не оспаривает решение Роспатента в части того, что словесные элементы «РЕКЛАМНАЯ ГРУППА» являются неохраняемыми элементами заявленного обозначения;

- заявитель считает, что товарные знаки [1-8] не являются сходными до степени смешения с обозначением, заявленным по заявке №2023712266, поскольку они различаются по фонетическому, визуальному и семантическому признакам сходства;

- заявленное обозначение прочитывается как [МАКСИМУМ РЕКЛАМНАЯ ГРУППА], в то время как противопоставленные товарные знаки [1-8] имеют следующие звучания [МАКСИМУМ], [МАКСИ МУМ], [МАКСИМУМ ЛАЙФ ДЕВЕЛОПМЕНТ], [МАКСМУМ КВОЛИТИ ТУЛС], [МАКСИМУМ ДЛЯ ИМПЛАНТОЛОГИИ], то есть сравниваемые обозначения имеют различный состав гласных и согласных звуков, что определяет их фонетическое различие;

- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1-8] выполнены различными шрифтами, что формирует вывод об их визуальных отличиях;

- в состав заявленного обозначения входят словесные элементы «РЕКЛАМНАЯ ГРУППА», которые имеют своё семантическое значение, при этом данные словесные элементы отсутствуют в противопоставлениях [1-8], что образует семантические отличия сравниваемых обозначений;

- заявителем приводятся примеры товарных знаков, включающих в себя словесный элемент «МАХИМУМ», а именно товарные знаки «**MAXIMUM TUNE**»,

», «*Maximum Priority to Regions*»,  «**MAXIMUM ENERGY**» по свидетельствам №№486806, 560722, 335458, 377072;

- факт бесконфликтного сосуществования товарных знаков и обозначений может быть рассмотрен как одно из дополнительных обстоятельств, свидетельствующих об отсутствии реальной угрозы смешения товарных знаков и обозначений, и может иметь решающее значение в случае, когда сходство товарных знаков и обозначений до степени смешения носит неоднозначный (дискуссионный) характер;

- заявленное обозначение обладает высокой степенью известности и узнаваемости, ассоциируется с деятельностью заявителя;

- на необходимость учета известности и узнаваемости обозначений обращено внимание, в частности, в Постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.07.2006 №2979/06, а также Постановлениях Президиума Суда по интеллектуальным правам от 31.05.2018 по делу №СИП-450/2017, от 18.01.2019 по делу №СИП-445/2018, от 25.01.2019 по делу №СИП-261/2018;

- заявитель с 2014 года является надежным поставщиком товаров и услуг для обеспечения маркетинговых потребностей компаний и организации всех видов деятельности, что подтверждается сведениями Единого государственного реестра юридических лиц (приложение №1), информацией, размещенной на официальном сайте компании в сети Интернет - <https://rgmax.net/>, и многочисленной документацией (приложения №№2-111);

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 10.06.2024 и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении скорректированного на стадии экспертизы перечня товаров и услуг 06, 09, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 25, 26, 28, 35, 40, 42 классов МКТУ.

К возражению заявителем были приложены следующие дополнительные материалы:

1. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО Рекламная группа «Максимум»;
2. Договор поставки №200610001 от «20» июня 2014 года;
3. Договор №БНД/У/8/1144/15/КАД от «19» октября 2015 года;
4. Договор №БНД/У/8/1481/17/КАД от «22» ноября 2017 года;
5. Договор №БНД/У/8/1456/17/КАД от «17» ноября 2017 года;
6. Договор поставки №25-1245 от «26» апреля 2017 года;
7. Договор поставки от «14» февраля 2019 года;
8. Договор №26 от «20» ноября 2018 года;

9. Договор поставки № 4414246 от 09 августа 2021 года и счет-фактура №10-069 от «29» октября 2021 года;
10. Договор подряда №081300401 от «13» августа 2019 года;
11. Договор поставки №783ЕП/223 от «02» декабря 2021 года;
12. Договор поставки №08303/02 от «24» августа 2016 года;
13. Договор поставки №112350001 от «23» ноября 2022 года;
14. Договор №ТУР-1207-2022 от «01» июня 2022 года;
15. Договор поставки №0714301-01 от «14» июля 2017 года;
16. Договор поставки №БП/п/736/14/АХО от «07» ноября 2014 года;
17. Договор по оказанию услуги на размещение рекламных материалов №07.01301-01 от «01» июля 2014 года;
18. Договор поставки №0827995-001 от «27» августа 2014 года;
19. Договор поставки №1116301-01 от «16» ноября 2015 года;
20. Договор №ТБ/1/АХО и СО/648/15/ДОУ от «07» августа 2015 года;
21. Договор поставки №1208301-01 от «08» декабря 2015 года;
22. Договор поставки №0719301-01 от «19» июля 2016 года;
23. Договор поставки №ПФ.2461 от «18» мая 2016 года;
24. Договор поставки №1202586-02 от «02» декабря 2016 года;
25. Договор поставки №1981016/1126Д от «03» октября 2016 года;
26. Договор подряда №0616586-01 от «16» июня 2017 года;
27. Договор поставки №1117586-01 от «17» ноября 2017 года;
28. Приложения №№11, 21 и 22 к договору поставки №1117586-01 от «17» ноября 2017 года;
29. Договор №УОС/1432-17 от «14» декабря 2017 года;
30. Договор №71/0382/146/053/01186/18 от «25» июня 2018 года;
31. Договор от «23» августа 2018 года;
32. Договор №3760018/2308Д от «23» апреля 2018 года;
33. Договор №040810001 от «04» августа 2018 года;
34. Договор на оказание услуг №0570/035/2018 от «06» сентября 2018 года;
35. Договор №БНПТ/У/224/19 от «07» октября 2019 года;

36. Договор поставки №400/08 от «23» августа 2019 года;
37. Договор №0109995-001 от «09» января 2019 года;
38. Договор №83кэ/31908244076 от «20» сентября 2019 года;
39. Договор №1349/040/2019 от «11» июля 2019 года;
40. Договор №ХД/22 от «29» апреля 2020 года;
41. Договор поставки №209 от «02» июня 2020 года и Товарная накладная 6-004 от 15.06.2020 г.;
42. Договор поставки №090258601 от «02» сентября 2020 года;
43. Договор поставки №200/12.05.20/НСТЭЦ/КО/Э от «15» сентября 2020 года;
44. Договор №МБ-20-00844 от «16» октября 2020 года;
45. Договор поставки №070800401 от «08» июля 2020 года;
46. Договор №РЭС-14.10.2/Д-05285 от «02» декабря 2021 года;
47. Договор №БНР/У/1/1820/21/ПРЧ от «14» октября 2021 года и счета-фактуры №№11-001, 11-007, 11-008, 11-009, 11-0010 от «08» ноября 2021 года и счет-фактура №11-0011 от «10» ноября 2021 года;
48. Договор поставки №ОГЗ-355 «03» декабря 2021 года;
49. Договор №0422586-10 от «22» апреля 2021 года;
50. Договор поставки №1122586-01 от «22» ноября 2021 года;
51. Договор поставки №0305586-07 от «05» марта 2021 года;
52. Договор поставки №03 16 002-01 «28» апреля 2021 года;
53. Договор №4750121/1947Д «04» октября 2021 года;
54. Договор поставки №02\_01 002-01 от «01» февраля 2022 года;
55. Договор №БНФ/У/8/60/22/ПРЧ от «09» февраля 2022 года;
56. Договор №БНПТ/У/142/22 от «05» мая 2022 года;
57. Договор №БНР/У/1/1589/22/ПРЧ от «16» августа 2022 года;
58. Договор №49637 от «27» декабря 2022 года;
59. Договор поставки №1751/067-28443-9772 от «01» апреля 2022 года;
60. Договор поставки №15/22 от «18» октября 2022 года;
61. Договор №22063000556/138-22 от «05» сентября 2022 года;

62. Договор поставки №041450001 от «14» декабря 2022 года;
63. Договор на выполнение работ по изготовлению и поставке брендовой продукции №35/2023-АХО от «27» октября 2023 года;
64. Приложение №8 от «06» декабря 2023 года к договору поставки №102550001 от «25» октября 2022 года;
65. Договор поставки №1020500-01 от «20» октября 2023 года;
66. Договор №БНФ/У/81/109/23/ПРЧ от «29» июня 2023 года;
67. Договор поставки товара №081450001 от «14» августа 2023 года;
68. Договор подряда на выполнение работ №В660723/0672Д от «07» июля 2023 года;
69. Договор подряда на установку информационных и рекламных конструкций №01-4627/11-2023 от «15» ноября 2023 года;
70. Договор поставки №201258601 от «20» декабря 2023 года;
71. Договор на оказание услуг №БНПТ/У/160/23 от «18» мая 2023 года;
72. Договор №В663823/0934Д от «04» сентября 2023 года;
73. Договор поставки №158-П от «16» марта 2020 года;
74. Договор подряда №ТУР-830-2023 от «21» апреля 2023 года;
75. Договор №ТУР-1175-2023 от «29» мая 2023 года;
76. Договор поставки №0201109-01 от «01» февраля 2024 года;
77. Договор №БНФ/У/8/48/24/ПРЧ от «15» февраля 2024 года;
78. Договор подряда №110110201 от «20» февраля 2024 года;
79. Договор поставки №100158601 от «10» января 2024 года;
80. Товарная накладная №5-013 от 29.05.2020;
81. Товарная накладная №3-027 от 27.03.2020;
82. Товарная накладная №12-130 от 30.12.2022;
83. Товарная накладная №12-029 от 13.12.2022;
84. Товарная накладная №7-052 от 03.08.2022;
85. Товарная накладная №8-022 от 10.08.2022;
86. Товарная накладная №12-044 от 14.12.2022;
87. Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2014 год;



88. Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2015 год;
89. Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2016 год;
90. Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2017 год;
91. Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2018 год;
92. Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2019 год;
93. Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2020 год;
94. Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2021 год;
95. Бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2022 год;
96. Журнал «Формат» №3 от июня 2022 года;
97. Журнал «Собака» от августа 2023 года;
98. Журнал «Собака» от мая 2023 года;
99. Журнал «Собака» от сентября 2023 года;
100. Благодарственное письмо от ООО «Газпром межрегионгаз Уфа»;
101. Благодарственное письмо от Кировского ГБУ ОСПСД ГО г. Уфа ГБУ РЦ СПСД;
102. Благодарственное письмо от Конгресс-бюро;
103. Благодарственное письмо от Министерства здравоохранения Республики Башкортостан;
104. Благодарственное письмо от ООО «Башнефть-Добыча»;
105. Благодарственное письмо от ООО «НАВИЕН РУС»;
106. Благодарственное письмо от ПАО Банк «ФК Открытие»;
107. Благодарственное письмо от ПАО «Уфаоргсинтез»;
108. Благодарственное письмо от РБФ «Независимость»;
109. Благодарственное письмо от ФКУ «Упрдор Самара-Уфа-Челябинск»;
110. Благодарственное письмо от ФКУ УПРДОР «Приуралье»;
111. Благодарственное письмо от РОО «Содействие».

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (17.02.2023) поступления заявки №2023712266 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя

упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;

2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи не применяются в отношении обозначений, которые:

1) приобрели различительную способность в результате их использования;

2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся

изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

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

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. 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 настоящих Правил.

В соответствии с положениями 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.

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 настоящем пункте, 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).


**Maximum**

Заявленное обозначение «рекламная группа» является словесным, выполненным стандартными шрифтами заглавными и строчными буквами латинского и русского алфавитов в две строки. Правовая охрана испрашивается в отношении скорректированного на этапе экспертизы перечня товаров и услуг 06, 09, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 25, 26, 28, 35, 40, 42 классов МКТУ.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех товаров и услуг 06, 11, 16, 21, 28, 35, 42 классов на несоответствии заявленного обозначения нормам пунктов 1, 6 статьи 1483 Кодекса.

Заявитель в возражении не оспаривает решение Роспатента от 10.06.2024 в части неохраноспособности словесных элементов «РЕКЛАМНАЯ ГРУППА» (характеризуют заявленные товары и услуги, а именно указывают на видовое наименование организации, назначение товаров и услуг), но оспаривает указанное решение Роспатента в части несоответствия заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

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

Противопоставленный товарный знак « [1] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из графических элементов, а также из словесного элемента «МАКСИМУМ», выполненного стандартным

шрифтом строчными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Наиболее значимым элементом вышеуказанного противопоставленного товарного знака [1] является элемент «МАКСИМУМ», который выполнен крупным шрифтом в центре товарного знака и акцентирует на себя внимание потребителя, в связи с чем именно по нему происходит запоминание товарного знака в целом.

Противопоставленный знак «МАХХИУМ» [2] представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 28 класса МКТУ.

Противопоставленный знак «Маххі MUM» [3] представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом заглавными и строчными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 11, 21 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «**МАКСИМУМ**» [4] является словесным, выполнен жирным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак «LIFE DEVELOPMENT» [5] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из геометрической фигуры в виде четырехугольника с темно-синим фоном, а также из словесных элементов «МАКСИМУМ», «LIFE DEVELOPMENT», выполненных стандартными шрифтами заглавными буквами русского и латинского языков соответственно в две строки. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35, 42 классов МКТУ.

Коллегия отмечает, что в противопоставленном товарном знаке [5] словесный элемент «МАКСИМУМ» является значимым, поскольку именно с него начинается восприятие данного обозначения потребителями, следовательно,

данный элемент должен учитываться при сходстве заявленного обозначения с данным противопоставлением.



Противопоставленный товарный знак «*Максимум*» [6] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из изобразительных элементов, а также из словесного элемента «Максимум», выполненного курсивным шрифтом заглавной и строчными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров и услуг 16, 35 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [6] включает в свой состав как изобразительные, так и словесный индивидуализирующие элементы, которые равным образом оказывают влияние на формирование образа знака, при этом воспринимаются по отдельности друг от друга.

Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. Таким словесным элементом противопоставленного товарного знака [6] является словесный элемент «Максимум», который и несет основную индивидуализирующую функцию указанного противопоставления.



Противопоставленный товарный знак «*Maxmum*» [7] является комбинированным, состоит из графического элемента в виде горизонтально размещенной полосы, и из словесных элементов «Maxmum», «QUALITY TOOLS», выполненных заглавными и строчными буквами латинского алфавита. Словесные элементы «QUALITY TOOLS» указаны в качестве неохраняемых. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 06 класса МКТУ.


Коллегия отмечает, что, так как словесные элементы противопоставленного товарного знака [7] «QUALITY TOOLS» являются неохраняемыми, они не



являются существенными при сравнении заявленного обозначения с указанным противопоставлением.

Наиболее значимым элементом вышеуказанного противопоставленного товарного знака [7] является элемент «Махтум», который выполнен крупным шрифтом в центре товарного знака и акцентирует на себя внимание потребителя, в связи с чем именно по нему происходит запоминание товарного знака в целом.



Противопоставленный товарный знак «  » [8] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из графических элементов, и из словесных элементов «МАКСИМУМ», «ДЛЯ ИМПЛАНТОЛОГИИ», выполненных буквами русского алфавита. Словесные элементы «ДЛЯ ИМПЛАНТОЛОГИИ» указаны в качестве неохраняемых. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Коллегия указывает, что, так как словесные элементы противопоставленного товарного знака [8] «ДЛЯ ИМПЛАНТОЛОГИИ» являются неохраняемыми, они не являются существенными при сравнении заявленного обозначения с указанным противопоставлением.

Наиболее значимым элементом вышеуказанного противопоставленного товарного знака [8] является элемент «МАКСИМУМ», который выполнен крупным шрифтом в центре товарного знака и акцентирует на себя внимание потребителя, в связи с чем именно по нему происходит запоминание товарного знака в целом.

Заявленное обозначение состоит из словесных элементов «МахтумМ», «РЕКЛАМНАЯ ГРУППА» (как указывалось раньше словесные элементы «РЕКЛАМНАЯ ГРУППА» являются неохраняемыми, в силу чего не оказывает существенного влияния на анализ заявленного обозначения на предмет его соответствия положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Наиболее значимым элементом заявленного обозначения является элемент «МахтумМ», который занимает существенную часть данного обозначения, выполнен

крупными буквами в его центральной части, запоминается потребителям в первую очередь.

При проведении сопоставительного анализа заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1, 4, 6, 8] было установлено, что сравниваемые обозначения содержат фонетически и семантически сходные словесные элементы «MaximuM»/«МАКСИМУМ» («MaximuM» является лексической единицей английского языка и переводится на русский язык как «максимум» (<https://woordhunt.ru/word/maximum>)).

Что касается визуальных отличий сравниваемых обозначений, то коллегия отмечает, что они не влияют на вывод о сходстве до степени смешения сопоставляемых обозначений, так как, как было установлено выше, сравниваемые знаки содержат фонетически и семантически сходные словесные элементы «MaximuM»/«МАКСИМУМ».

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что, сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

При проведении сопоставительного анализа заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2, 3, 7] было установлено, что сравниваемые знаки содержат фонетически сходные словесные элементы «MaximuM»/«МАХХИУМ»/«Маххи МУМ»/«Махмум».

Фонетически, заявленное обозначение и противопоставленные ему товарные знаки [2, 3, 7] характеризуются сходным звучанием. Так, заявленное обозначение прочитывается как [ М А К С И М У М ], а противопоставленные ему товарные знаки [2, 3, 7] имеют звучания: [ М А К С И У М ], [ М А К С И М У М ], [ М А К С М У М ]. Фонетическое сходство было установлено на основе наличия совпадающих согласных звуков [ М, К, С, М ] и совпадающих гласных звуков [ А, У ], расположенных в одинаковой последовательности. Фонетическое сходство установлено на совпадающей части [ М А К С У М ]. Таким образом, 6 букв из 8

имеют тождественное звучание, а разница в два звука не влияет на вывод о фонетическом сходстве сравниваемых обозначений.

Словесные элементы заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2, 3, 7] выполнены буквами латинского алфавита, что сближает их по визуальному критерию сходства.

Так как в словарно-справочной литературе отсутствуют сведения о семантическом значении противопоставленных товарных знаков [2, 3, 7], анализ по семантическому сходству заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2, 3, 7] провести невозможно.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что, сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [5] показал, что основной индивидуализирующий элемент «Maximum» заявленного обозначения фонетически и семантически (значение было приведено по тексту заключения выше) входит в состав противопоставленного товарного знака [5], что приводит к ассоциированию сравниваемых обозначений друг с другом.

Сравниваемые обозначения выполнены шрифтами разных алфавитов, однако, данное обстоятельство не влияет на вывод о сходстве до степени смешения данных обозначений, поскольку, как было установлено выше, основной индивидуализирующий элемент «Maximum» заявленного обозначения фонетически и семантически входит в состав противопоставленного товарного знака [5].

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что, сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Как было отмечено решением Суда по интеллектуальным правам от 09.11.2022 по делу №СИП-658/2021 «наличие совпадающего слова означает, что

определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака. Аналогичный подход отражен в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2018 и от 03.12.2018 по делу №СИП-210/2017, от 31.05.2018 по делу №СИП-450/2017 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 13.09.2018 №300-КГ18-13820 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано), от 19.10.2018 по делу №СИП-137/2018 и многих других».

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал, что товары 06 класса МКТУ «кубки призовые из обычных металлов; кубки-статуэтки памятные из обычных металлов; вывески металлические; знаки дорожные несветящиеся немеханические металлические; знаки номерные металлические; знаки сигнальные несветящиеся немеханические металлические; конструкции передвижные металлические» заявленного обозначения являются однородными товарам 06 класса МКТУ «бюсты металлические; изделия из бронзы [произведения искусства]; изделия из обычных металлов художественные; распятия из обычных металлов, кроме ювелирных изделий; статуи из обычных металлов; статуэтки из обычных металлов; бакены несветящиеся металлические; браслеты опознавательные металлические; буквы и цифры из обычных металлов, за исключением типографских; вывески металлические; знаки дорожные несветящиеся немеханические металлические; знаки номерные металлические; знаки сигнальные несветящиеся немеханические металлические; номера для домов несветящиеся металлические; панели сигнальные несветящиеся немеханические металлические; таблички опознавательные металлические; эмблемы для транспортных средств металлические; этикетки металлические; арматура строительная металлическая; каркасы для парников металлические; каркасы для теплиц металлические; каркасы строительные металлические; колонны строительные металлические; консоли

строительные металлические; кронштейны строительные металлические; молдинги для строительства металлические; накладки для гидроизоляции строительные металлические; накладки стыковые для гидроизоляции крыш металлические; панели строительные металлические; плиты строительные металлические; рамы строительные металлические» противопоставленного товарного знака [7], так как сравниваемые товары относятся к изделиям металлическим художественным, к изделиям металлическим опознавательным-оповестительным, а также к конструкциям и изделиям металлическим для строительных работ, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Товары 11 класса МКТУ «абжуры; гирлянды световые для праздничных декораций; горелки для ламп; держатели для абжуров; колбы ламп; колбы электрических ламп; колпаки шаровые для ламп; лампочки для новогодних елок электрические; лампы ацетиленовые; лампы взрывобезопасные; лампы газонаполненные; лампы для указателей поворота для транспортных средств; лампы дуговые; лампы масляные; лампы электрические; люстры; нити для электрических ламп; нити магниевые для осветительных приборов; нити накала электрические; номера для зданий светящиеся; огни указателей поворота для велосипедов; отражатели для ламп; отражатели для транспортных средств; патроны для ламп; патроны для электрических ламп; подсветки для аквариумов; приборы и установки осветительные; приборы осветительные для транспортных средств; приборы осветительные светодиодные; приспособления противоослепляющие для транспортных средств [аксессуары для ламп]; прожекторы; прожекторы подводные; прожекторы световые; рассеиватели света; светильники; светильники напольные; светильники плафонные потолочные; стекло ламповое; торшеры; трубки газоразрядные для освещения электрические; трубки для ламп; трубки люминесцентные для освещения; факелы; фары для автомобилей; фары для транспортных средств; фонари для автомобилей; фонари для велосипедов; фонари для мотоциклов; фонари для транспортных средств; фонари карманные; фонари налобные; фонари осветительные; фонари свечные; фонари уличные; фонарики бумажные для праздничного убранства; электроды угольные

для дуговых ламп; приборы осветительные ландшафтные; лампы; паникадила; споты, включенные в 11 класс; лампы неоновые; лампы плазменные; лампы ртутные; лампы светодиодные; лампы флуоресцентные; лампы лавовые; огни ходовые для транспортных средств; палочки светящиеся на батарейках» заявленного обозначения являются однородными товарам 11 класса МКТУ «infrared lamps (other than for medical use) (инфракрасные лампы (не предназначенные для медицинских целей))» противопоставленного знака [3], поскольку сравниваемые товары к оборудованию световому, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Товары 16 класса МКТУ «афиши; баннеры бумажные; билеты; бирки багажные из бумаги; бланки; бланки уведомлений [канцелярские товары]; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; блокноты для рисования, черчения; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; газеты; журналы [издания периодические]; издания периодические; издания печатные; календари; карточки; карточки каталожные [канцелярские товары]; каталоги; книги; книги для раскрашивания; книжки квитанционные [канцелярские товары]; книжки-комиксы; купоны печатные; листовки; открытки поздравительные; открытки почтовые; офорты; продукция печатная; проспекты; расписания печатные; тетради; флаеры; фотоальбомы; журналы регистрационные; справочники; постеры» заявленного обозначения являются однородными товарам 16 класса МКТУ «блокноты; блокноты с отрывными листами; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; издания периодические; издания печатные; календари; каталоги; листовки; продукция печатная; проспекты; репродукции графические» противопоставленного товарного знака [6], так как сравниваемые товары относятся к продукции полиграфической, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Товары 16 класса МКТУ «клише типографские; материалы переплетные» заявленного обозначения являются сопутствующими товарам 16 класса МКТУ «блокноты; блокноты с отрывными листами; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; издания периодические; издания печатные; календари; каталоги; листовки; продукция печатная; проспекты; репродукции графические»

противопоставленного товарного знака [б] и однородны им, поскольку указанные товары 16 класса МКТУ заявленного обозначения применяются при печатании различной полиграфической продукции противопоставленного товарного знака [б].

Товары 16 класса МКТУ «держатели страниц; закладки для книг; обложки защитные для книг; подставки для книг» заявленного обозначения являются сопутствующими товарам 16 класса МКТУ «издания периодические; издания печатные; продукция печатная» противопоставленного товарного знака [б] и однородны им, так как указанные товары 16 класса МКТУ заявленного обозначения предназначены для использования товаров 16 класса МКТУ «издания периодические; издания печатные; продукция печатная» противопоставленного товарного знака [б].

Товары 16 класса МКТУ «банкноты; бейджи именные [офисные принадлежности]; бумага упаковочная; вымпелы бумажные; держатели для карандашей; держатели для мела; держатели для чековых книжек; держатели для штампов [печатей]; держатели удостоверений личности [офисные принадлежности]; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; материалы набивочные из бумаги или картона; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; нагрудники детские бумажные; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; обертки для бутылок бумажные или картонные; облатки для запечатывания; обложки [канцелярские товары]; обложки для паспортов; обложки пластиковые эластичные для штабелирования; пакетики бумажные; папки на кольцах; папки-картотеки [конторские принадлежности]; папки-обложки для документов; подносы для сортировки и подсчета денег; подставки для графинов бумажные; подставки для печатей, штемпелей, штампов; подставки для пивных кружек; подставки для ручек и карандашей; подставки для фотографий; принадлежности конторские, за исключением мебели; принадлежности школьные [канцелярские товары]; салфетки бумажные для чистки; салфетки для стоматологических лотков бумажные; салфетки под столовые

приборы бумажные; салфетки столовые бумажные; скатерти бумажные; скоросшиватели [канцелярские принадлежности]; табло из бумаги или картона для объявлений; товары писчебумажные; трафареты для рисования; трафареты для украшения еды и напитков; упаковки для бутылок бумажные или картонные; флаги бумажные; фольга; фотографии [отпечатанные]; шкафы настольные канцелярские [офисное оборудование]; этикетки из бумаги или картона; бумага с магнитным слоем; наклейки интерьерные» заявленного обозначения не являются однородными товарам 16 класса МКТУ «блокноты; блокноты с отрывными листами; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; издания периодические; издания печатные; календари; каталоги; листовки; продукция печатная; проспекты; репродукции графические» противопоставленного товарного знака [б], поскольку указанные товары 16 класса МКТУ заявленного обозначения относятся к принадлежностям для письма, рисования и черчения, к оборудованию офисному (принадлежностям канцелярским), к материалам и изделиям упаковочным, к изделиям бумажным и картонным, к банкнотам, к вымпелам бумажным, а также к фотографиям отпечатанным, в то время как товары 16 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [б] относятся к продукции полиграфической, то есть сравниваемые товары относятся к разным видам товаров, отличаются по назначению, сфере применения и кругу потребителей.

Товары 21 класса МКТУ «держатели для зубочисток; держатели для мыла; держатели для салфеток; держатели для чайных пакетиков; доски для резки кухонные; доски для резки хлеба; лопатки кухонные; подносы бытовые; подносы бытовые бумажные подставки для меню; подставки для ножей для сервировки стола; подставки для яиц; предметы домашней утвари для косметики; предметы домашней утвари туалетные; приборы для специй; салатницы; салфетки под столовые приборы, за исключением бумажных или текстильных; стаканчики бумажные или пластмассовые; формы [кухонная утварь]; хлебницы; этикетки для декантеров; ящики для выдачи бумажных салфеток; ящики для мусора; бирдекели; подставки для кухонных принадлежностей; подставки для столовых приборов; подставки для чайных пакетиков; менажницы; подставки для торта; подставки для



пивных стаканов, не из бумаги или текстиля» являются однородными товарам 21 класса МКТУ «small hand-operated devices for household and kitchen use (малые ручные устройства для домашнего и кухонного использования); household or kitchen containers (бытовые или кухонные контейнеры); brushes, toothbrushes and electric toothbrushes (щетки, зубные щетки и электрические зубные щетки); electric hair care apparatus, namely brushes, parts and fittings for all the aforesaid goods (электрические приборы для ухода за волосами, а именно щетки, части и приспособления для всех вышеперечисленных товаров)» противопоставленного знака [3], так как сравниваемые товары относятся к принадлежностям домашнего обихода, а также к принадлежностям кухонным, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Товары 21 класса МКТУ «держатели для цветов и растений [в цветочных композициях]; ящики для растений» заявленного обозначения не являются однородными товарам 21 класса МКТУ «small hand-operated devices for household and kitchen use (малые ручные устройства для домашнего и кухонного использования); household or kitchen containers (бытовые или кухонные контейнеры); brushes, toothbrushes and electric toothbrushes (щетки, зубные щетки и электрические зубные щетки); electric hair care apparatus, namely brushes, parts and fittings for all the aforesaid goods (электрические приборы для ухода за волосами, а именно щетки, части и приспособления для всех вышеперечисленных товаров)» противопоставленного знака [3], в силу того, что указанные товары 21 класса МКТУ заявленного обозначения относятся к изделиям для растений, в то время как товары 21 класса МКТУ противопоставленного знака [3] относятся к принадлежностям домашнего обихода, а также к принадлежностям кухонным, то есть сравниваемые товары относятся к разным видам товаров, отличаются по назначению, сфере применения и кругу потребителей.

Товары 28 класса МКТУ «безделушки для вечеринок [знаки внимания]; домики для кукол; домики игровые для детей; игрушки-антистресс; игры настольные; игры-конструкторы; карточки для игр; карты для бинго; карты игральные; кости игральные; модели масштабные сборные [игрушки]; пазлы;

подсвечники для новогодних елок; подставки для новогодних елок; украшения елочные, за исключением лампочек, свечей и кондитерских изделий; фигурки [игрушки]; фишки [жетоны] для игр; фишки для азартных игр; мебель игрушечная; головоломки» заявленного обозначения являются однородными товарам 28 класса МКТУ «games, toys (игры, игрушки); decorations for Christmas trees (except lighting articles) (украшения елочные, за исключением лампочек)» противопоставленного знака [3], поскольку сравниваемые товары относятся к играм и игрушкам, а также к аксессуарам праздничным, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ «агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; изучение общественного мнения; изучение рынка; 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 рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; 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; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей

в коммерческих или рекламных целях; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листовок; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; опросы социологические; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; аудит деятельности предприятия» заявленного обозначения являются однородными услугам 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту автомобилей; предоставление информации, связанной с продажей автомобилей, через Интернет; презентации транспортных средств на всех медиасредствах с целью розничной продажи; реклама автомобилей для продажи через Интернет; услуги по рекламе, стимулированию сбыта и маркетингу транспортных средств; услуги розничной и оптовой продажи транспортных средств; услуги розничной и оптовой продажи автомобилей через Интернет; демонстрация товаров; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами); услуги по продаже товаров; услуги продажи товаров с использованием Интернет-сайтов; аудит коммерческий; информация деловая; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; тестирование психологическое при подборе персонала; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных

инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; изучение рынка; услуги по исследованию рынка; экспертиза деловая; агентства по импорту-экспорту; распространение рекламных материалов и объявлений; реклама» противопоставленных товарных знаков [1, 4, 5, 6, 8], так как сравниваемые услуги относятся к услугам по продвижению товаров, к услугам в области рекламы, к услугам посредническим, к услугам в сфере бизнеса, к услугам информационно-справочным, к услугам в области бухгалтерского учёта, к кадровым услугам, а также к услугам по исследованию рынка и общественного мнения, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Услуги 42 класса МКТУ «дизайн визитных карточек; дизайн графический рекламных материалов; дизайн художественный; услуги брендинговых агентств; оформление декораций для шоу; консультации в области дизайна веб-сайтов; услуги дизайнеров в области упаковки; услуги по созданию дизайна логотипа; создание компьютерной графики для видеопроекций» заявленного обозначения являются однородными услугам 42 класса МКТУ «дизайн промышленный; интерьер-дизайн; исследования и разработка новых товаров для третьих лиц; оформление интерьера; услуги по созданию образа [промышленная эстетика]; хранение данных в электронном виде» противопоставленного товарного знака [5], так как сравниваемые услуги относятся к услугам в области компьютерных технологий, а также к услугам в области дизайна и промышленной эстетики, имеют одно значение, сферу применения и круг потребителей.

Однородность товаров и услуг заявителем в возражении не оспаривалась.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-8] в отношении однородных товаров и услуг 06, 11, 16, 21, 28, 35, 42 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

В отношении того, что заявителем были приведены примеры регистраций со словесным элементом «MAXIMUM» коллегия отмечает, что делопроизводство по

каждой заявке ведется отдельно, в связи с чем данный довод не может быть принят коллегией во внимание.

Что касается доводов заявителя о том, что «заявленное обозначение обладает высокой степенью известности и узнаваемости, ассоциируется с деятельностью заявителя», то коллегия отмечает, что данные обстоятельства не могут нивелировать несоответствие заявленного обозначения положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, решение Роспатента от 10.06.2024 должно быть изменено, поскольку при анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [3, 6] коллегией были выявлены неоднородные товары 16 класса МКТУ «банкноты; бейджи именные [офисные принадлежности]; бумага упаковочная; вымпелы бумажные; держатели для карандашей; держатели для мела; держатели для чековых книжек; держатели для штампов [печатей]; держатели удостоверений личности [офисные принадлежности]; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; материалы набивочные из бумаги или картона; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; нагрудники детские бумажные; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; обертки для бутылок бумажные или картонные; облатки для запечатывания; обложки [канцелярские товары]; обложки для паспортов; оболочки пластиковые эластичные для штабелирования; пакетики бумажные; папки на кольцах; папки-картотеки [контторские принадлежности]; папки-обложки для документов; подносы для сортировки и подсчета денег; подставки для графинов бумажные; подставки для печатей, штемпелей, штампов; подставки для пивных кружек; подставки для ручек и карандашей; подставки для фотографий; принадлежности конторские, за исключением мебели; принадлежности школьные [канцелярские товары]; салфетки бумажные для чистки; салфетки для стоматологических лотков бумажные; салфетки под столовые приборы бумажные; салфетки столовые бумажные; скатерти бумажные; скоросшиватели [канцелярские принадлежности]; табло из

бумаги или картона для объявлений; товары писчебумажные; трафареты для рисования; трафареты для украшения еды и напитков; упаковки для бутылок бумажные или картонные; флаги бумажные; фольга; фотографии [отпечатанные]; шкафы настольные канцелярские [офисное оборудование]; этикетки из бумаги или картона; бумага с магнитным слоем; наклейки интерьерные», а также неоднородные товары 21 класса МКТУ «держатели для цветов и растений [в цветочных композициях]; ящики для растений», в отношении которых может быть предоставлена правовая охрана заявленному обозначению.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**удовлетворить возражение, поступившее 15.07.2024, изменить решение Роспатента от 10.06.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023712266.**