

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 №56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 №4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 23.05.2016 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент), поданное ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №506596, при этом установлено следующее.

Регистрация товарного знака по заявке №2012724875 с приоритетом от 20.07.2012 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 18.02.2014 за №506596 в отношении услуг 35, 40 классов МКТУ, приведенных в перечне свидетельства, на имя Кондратьева Юрия Владимировича, Москва (далее – правообладатель).

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №506596 представляет собой



комбинированное обозначение , выполненное в виде круга, внутри которого расположены словесные элементы «MARKETING», «PRODUCTION», выполненные стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, и изобразительный элемент, включающий буквы «LBL», выполненные в оригинальной графике, и изображение двух квадратов.

В поступившем 23.05.2016 возражении выражено мнение о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пунктов 3 (1), 6 (2) и 8 статьи 1483 Кодекса.

Основные доводы возражения сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является заинтересованным лицом, так как



является правообладателем товарных знаков

и



свидетельство №256628 с приоритетом от 28.04.2003, срок действия регистрации продлен до 28.04.2023 – (1) и свидетельство №256629 с приоритетом от 28.04.2003, срок действия регистрации продлен до 28.04.2023 – (2)), правовая охрана которым предоставлена в отношении услуг 35, 40 классов МКТУ, однородных оспариваемым услугам 35, 40 классов МКТУ. Также лицо, подавшее возражение, осуществляет деятельность, связанную с услугами рекламного характера и услугами печати под обозначением «ЛБЛ», под своим фирменным наименованием;

- несоответствие оспариваемого товарного знака пункту 6(2) статьи 1483 Кодекса обусловлено следующим:

- оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с товарными знаками (1,2), ранее зарегистрированными на имя лица, подавшего возражение, в отношении однородных услуг 35, 40 классов МКТУ;

- услуги 35, 40 классов МКТУ, указанные в перечнях противопоставленных знаков, и все услуги 35, 40 классов МКТУ оспариваемой регистрации, однородны, так как в данном случае при высокой степени сходства сравниваемых обозначений должен быть расширен диапазон услуг, которые должны рассматриваться как однородные;

- несоответствие оспариваемого товарного знака пунктам 3(1), 8 статьи 1483 Кодекса обусловлено следующим:

- лицо, подавшее возражение, широко использует принадлежащие ему товарные знаки (1,2), по крайней мере, с 2004 года, что свидетельствует об осведомленности потребителя о деятельности ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ»;

- оспариваемый товарный знак воспроизводит часть фирменного наименования лица, подавшего возражение (ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ»), право на которое возникло 05.11.1996, т.е. ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- сходство оспариваемого товарного знака с фирменным наименованием лица, подавшего возражение, и с товарными знаками (1, 2) обусловлено тем, что сравниваемые обозначения содержат в своем составе семантически и фонетически тождественный и визуально сходный элемент «LBL»;

- ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ» является головной компанией телекоммуникационной группы «LBL», состоящей из шести юридических лиц, входящих в одну группу лиц по признаку собственника и объединёнными отличительной частью фирменного наименования «ЛБЛ»: ООО «ЛБЛ Принт Стар», ООО «Рекламное агентство ЛБЛ Компани», ООО «Рекламное агентство ЛБЛ», ООО «Рекламное Агентство ЛБЛ Сити Лайн», которые используют товарные знаки под контролем правообладателя товарных знаков (1, 2) с 1992 года;

- телекоммуникационная группа «ЛБЛ» является одним из ведущих рекламных агентств полного цикла, осуществляющих свою деятельность в области предоставления рекламных услуг, производства рекламной, печатной, упаковочной, подарочной и сувенирной продукции. Клиентами телекоммуникационной группы «ЛБЛ» являются ведущие российские и мировые компании;

- представленные материалы возражения (Договоры, сведения из сети Интернет, информационные письма, дипломы) свидетельствуют об известности как самого лица, подавшего возражение, так и услуг под обозначением, сходным с оспариваемым знаком, и возникновении у российского потребителя устойчивой ассоциативной связи между указанными услугами и ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ», в связи с чем оспариваемый товарный знак способен ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги;

- возможность введения потребителя в заблуждение также усматривается в том, что правообладатель позиционирует себя как часть группы компаний лица, подавшего возражение. Так, на сайте www.lbl-mpro.ru, Кондратьевым Ю.В. указываются в качестве клиентов те же компании, что и у ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ», в связи с чем лицом, подавшим возражение, в адрес правообладателя и клиентов направлялись разъяснительные письма в целях недопущения смешения.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №506596 недействительным в отношении всех услуг 35, 40 классов МКТУ оспариваемой регистрации.

В подтверждение изложенных доводов лицом, подавшим возражение, были представлены следующие материалы:

1. Сведения с сайта Роспатента (www.fips.ru) о регистрации товарного знака №506596;

2. Копия протокола осмотра вещественных доказательств (информации размещенной на электронной странице www.lbl-mpro.ru в сети Интернет от 20 января 2016 года и сведения об администрации домена);

3. Копия свидетельства на товарный знак №256628;

4. Копия свидетельства на товарный знак №256629;

5. Копии учредительных документов ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ»: свидетельство о внесении записи в ЕГРЮЛ № 007454344, свидетельство Московской регистрационной палаты № 551.114; свидетельство о внесении в Реестр субъектов малого предпринимательства Москвы № 77030850603810385 от 23 декабря 1998 года, выписка из ЕГРЮЛ по ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ»;

6. Учредительные документы, в которых содержится информация о видах деятельности ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ»: информационное письмо об учете в ЕГРПО с приложением, письма государственного комитета РФ по статистике, устав ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ» в редакции 2002 года и 1996 года;

7. Выписки из ЕГРЮЛ по аффилированным юридическим лицам ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ»: ООО «ЛБЛ Принт Стар», ООО «Рекламное агентство ЛБЛ Компани», ООО «Рекламное агентство ЛБЛ», ООО «Рекламное агентство ЛБЛ Сити Лайн»;

8. Информация из сети Интернет об использовании обозначения «ЛБЛ»;

9. Сведения о деятельности телекоммуникационной группы «ЛБЛ» с официального сайта lblprint.ru и сведения об администраторе домена;

10. Сведения о деятельности телекоммуникационной группы «ЛБЛ» с официального сайта lbl.ru и сведения об администраторе домена;

11. Копии уведомлений о регистрации лицензионных договоров на товарные знаки по свидетельствам №256628 и №256629;

12. Фотографии рекламных конструкций наружной рекламы, выполненной Коммуникационной группой «ЛБЛ», разрешения на размещение рекламных конструкций;

13. Благодарственные письма и отзывы партнеров и клиентов Коммуникационной группы «ЛБЛ»;

14. Копии Договоров на выполнение рекламных услуг, изготовление рекламной, подарочной, упаковочной, сувенирной, печатной продукции;

15. Заключение о сходстве до степени смешения товарного знака по свидетельству №506596 с приоритетом от 20 июля 2012 года с ранее зарегистрированным товарным знаком по свидетельству №256628 с приоритетом от 28 апреля 2003 года

16. Переписка между ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ» и Кондратьевым Ю.В. о недопустимости незаконного использования товарных знаков по свидетельствам №256628 и №256629.

В адрес правообладателя и его представителя 10.06.2016 в установленном порядке были направлены уведомления о поступившем возражении, которые были возвращены почтовыми отделениями с пометкой «истек срок хранения». На дату (23.08.2016) заседания коллегии правообладатель не явился и отзыв по мотивам поступившего возражения представлен не был.

Изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении возражения, коллегия считает доводы, изложенные в возражении, убедительными в части.

С учетом даты приоритета (20.07.2012) правовая база для оценки охраноспособности товарного знака по свидетельству №506596 включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные Приказом Роспатента №32 от 05.03.2003, зарегистрированным Минюстом России 25.03.2003 №4322 (далее – Правила).

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

Согласно подпункту 2.5.1 Правил к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

Обозначение признается ложными или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

В соответствии с требованиями пункта 6(2) 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 14.4.2 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с требованиями пункта 14.4.2.4 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, приведенные в пунктах 14.4.2.2, 14.4.2.3 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту 14.4.2.2 Правил сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), и смысловым (семантическим) и определяется по признакам, изложенным в подпунктах (а), (б), (в) пункта 14.4.2.2. Правил.

Признаки, перечисленные в подпунктах (а) - (в) указанного пункта, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункт 14.4.2.2 (г) Правил).

В соответствии с требованиями 14.4.2.3 Правил сходство изобразительных обозначений определяется на основании следующих признаков: внешняя форма; наличие симметрии или отсутствие симметрии; смысловое значение; вид и характер изображения (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и т.д.); сочетание цветов и тонов.

В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

В соответствии с требованиями пункта 8 статьи 1483 Кодекса и пункта 2.10 Правил не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения, в частности, с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием (отдельными элементами таких наименований), право на которое в Российской Федерации возникло у иного лица ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Согласно требованиям статей 1512 и 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №506596 по указанным выше основаниям может быть подано заинтересованным лицом.

ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ», обосновывая свою заинтересованность при подаче возражения, указало, что является обладателем более раннего исключительного права на фирменное наименование и товарные знаки (1,2), с которыми оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения, а, кроме того, осуществляет деятельность в той же сфере, что и правообладатель оспариваемого товарного знака. По мнению лица, подавшего возражение, столкновение средств индивидуализации ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ» и

правообладателя оспариваемого товарного знака в гражданском обороте способно ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги 35, 40 класса МКТУ.

Принимая во внимание наличие спора, касающегося столкновения прав на средства индивидуализации лица, подавшего возражение, и правообладателя оспариваемого товарного знака, можно сделать вывод о наличии заинтересованности ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ» в подаче настоящего возражения против предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №506596 представляет собой



комбинированное обозначение , выполненное в виде круга, внутри которого расположены словесные элементы «MARKETING» и «PRODUCTION» (неохраняемые элементы), выполненные стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, и изобразительный элемент в виде композиции, состоящей из элемента «LBL» и расположенных справа и слева от него двух квадратов. Правовая охрана предоставлена в белом, красном, темно-красном цветовом сочетании.

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

Оспариваемый знак в целом не несет в себе информации относительно оказываемых услуг или лица, оказывающего услуги.

Вместе с тем, способность обозначения вводить потребителя в заблуждение может возникнуть в результате ассоциации, в частности, с другим производителем, основанной на предшествующем опыте.

Для вывода о возникновении такой ассоциации необходимо наличие доказательств, не только подтверждающих введение в гражданский оборот товаров (услуг) со сходным обозначением иным производителем, но и подтверждение возникновения у потребителей ассоциативной связи между самим товаром (услугой) и его предшествующим производителем.

Согласно доводам лица, подавшего возражение, шесть компаний: ООО «ЛБЛ Принт Стар», ООО «Рекламное агентство ЛБЛ Компани», ООО «Рекламное агентство ЛБЛ», ООО «Рекламное агентство ЛБЛ Сити-Лайн», которые являются аффилированными с лицом, подавшим возражение, компаниями, используют товарные знаки (1, 2) под контролем правообладателя (ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ»).

Представленные материалы [6, 7], действительно, показывают, что указанные выше компании являются аффилированными с ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ» компаниями.

Вместе с тем анализ материалов, касающихся фактической деятельности лица, подавшего возражение, показал следующее.

Часть Договоров на оказание рекламных и полиграфических услуг [14], не подтверждена документами, доказывающими их фактическое исполнение (платежными поручениями, актами приема-сдачи выполненных работ), а также не содержит сведений, под каким обозначением оказывались услуги, следовательно, напрямую не свидетельствуют об оказанных услугах, под обозначением, сходным с оспариваемым товарным знаком.

Часть Договоров [14], к которым приложены Акты приема-сдачи выполненных работ, также не содержит сведений под каким обозначением оказывались услуги, либо приложены образцы полиграфической продукции, маркированное иным обозначением, чем оспариваемый товарный знак (например, Договор на изготовление плакатов к Дню защитника отечества 23 февраля за №244 от 12.02.2008).

Кроме того, часть представленных Договоров [14] заключена компаниями, которые не являются аффилированными с лицом, подавшим возражение, компаниями, указанными выше, например, Договор № V-06/01 от 01.06.2010, заключен ООО «ЛБЛ.Пре-Пресс»; Договоры №17/02 от 14.02.2011, №12/02-Р от 14.02.2011, №67/06 от 24.06.2011 заключены ООО «Рекламное Агентство ЛБЛ Сити Групп».

Также часть представленных Договоров [14] датирована числом (20.07.2012) более поздним, чем дата приоритета оспариваемого товарного знака, например, Договор №22 от 27.12.2012, Договор №58-04685 от 06.05.2013, Договор №254 от 20.08.2013 и др.

Что касается фотографий размещения наружной рекламы [12], то следует отметить, что они не содержат данных о лице, оказывающем услуги. В связи с чем такие материалы не могут свидетельствовать об известности российскому потребителю услуг, оказываемых ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ» до даты приоритета оспариваемого товарного знака.

Что касается представленных сведений [9, 10] о доменных именах lbl.ru и lblprint.ru и информации, расположенной на указанных сайтах, то следует отметить следующее.

Доменное имя lbl.ru зарегистрировано на LTD "Advertising agency LBL Company", доменное имя lblprint.ru – на LLC «LBL PRINT STAR». При этом документов, свидетельствующих, что указанные сайты зарегистрированы на ООО «Рекламное агентство ЛБЛ Компани», ООО «ЛБЛ Принт Стар», которые как утверждает лицо, подавшее возражение, являются его дочерними компаниями, материалы возражения не содержат.

На сайте lbl.ru содержится информация о другой компании, чем лицо, подавшее возражение, а именно о независимой Коммуникационной группе LBL, основанной в 1992 году (в то время как дата основания ЗАО «Корпорация ЛБЛ» - 05.11.1996), которая состоит из четырех агентств: LBL INSIGHT стратегия и аналитика, LBL WAKE UPI креатив, LBL MEDIA медиа, LBL DIALOGUE и оказывает рекламные, полиграфические услуги под обозначением LBL, сходным с оспариваемым товарным знаком.

Информационные письма и дипломы [13, 14], содержат сведения о других компаниях, в частности, LBL MEDIA, Коммуникационной группе LBL, Группе компаний LBL, компании ЛБЛ, рекламном агентстве LBL, ООО «LBL.Pre-Press», кроме того, часть из них датирована числом, более поздним, чем дата приоритета оспариваемого товарного знака.

Таким образом, из представленных материалов не усматривается, что ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ» до даты приоритета оспариваемого товарного знака оказывало услуги под обозначением, сходным с оспариваемой регистрацией.

Коллегия также считает необходимым отметить следующее.

В возражении содержится требование о признании неправомерным предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку в отношении всех услуг 35, 40 классов МКТУ, указанных в его перечне. Вместе с тем представленные материалы касаются только услуг 35 класса МКТУ, которые относятся к рекламе, и услуг 40 класса МКТУ, которые относятся к печати. При этом, в перечне услуг 35, 40 классов МКТУ оспариваемого товарного знака кроме услуг, относящихся к родовой категории «реклама» и «печать», содержатся услуги, которые к данным категориям не относятся. В отношении этих услуг лицом, подавшим возражение, каких-либо материалов, свидетельствующих об их оказании, не представлено, вследствие чего нет оснований для вывода о способности введения потребителей в заблуждение в отношении этой части услуг.

Резюмируя вышеуказанное, коллегия полагает, что отсутствуют основания для вывода о том, что у российского потребителя в отношении оспариваемых услуг до даты приоритета оспариваемой регистрации сложилась устойчивая ассоциативная связь между оспариваемым товарным знаком и лицом, подавшим возражение.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о необоснованности довода возражения о том, что регистрация №506596 произведена в нарушение положений пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Из представленных материалов: Свидетельства о государственной регистрации юридического лица и Устава [5, 6] право на фирменное наименование у ЗАО «Корпорация ЛБЛ» (на английском языке «LBL CORPORATION») возникло с момента его государственной регистрации – 05.11.1996, то есть ранее даты приоритета 20.07.2012 оспариваемого товарного знака. При этом очевидным является факт тождества отличительной части (LBL) фирменного наименования и элемента «LBL», несущего в оспариваемом товарном знаке основную индивидуализирующую нагрузку.

Вместе с тем, наличие старшего права на фирменное наименование, сходное с оспариваемым товарным знаком, еще не позволяет прийти к выводу о неправомерности предоставления правовой охраны данному знаку по пункту 8

статьи 1483 Кодекса. Для этого необходимо установить, что фирменное наименование используется в отношении услуг, однородных с оспариваемыми услугами.

Как было указано выше, материалы возражения не содержат фактических данных, свидетельствующих о том, что до даты приоритета оспариваемой регистрации ЗАО «КОРПОРАЦИЯ ЛБЛ» под своим фирменным наименованием оказывало услуги 35, 40 классов МКТУ, однородные услугам оспариваемого знака.

С учетом изложенного, исходя из объема представленных документов, коллегия полагает, что указанные в возражении довод относительно несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса является недоказанным.

Согласно доводам лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения со следующими товарными знаками, ранее зарегистрированными на его имя в отношении однородных услуг 35, 40 классов МКТУ, а именно:

- товарный знак  по свидетельству №256628 – (1), представляющий собой изобразительное обозначение, включающее элемент «LBL», выполненный в оригинальной графике, и расположенные слева и справа от него изобразительные элементы в виде квадратов.

- товарный знак  по свидетельству №256629 – (2), представляющий собой изобразительное обозначение, включающее элемент «ЛБЛ», выполненные в оригинальной графике, и расположенные слева и справа от него изобразительные элементы в виде квадратов.

Сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленных товарных знаков (1, 2) показал следующее.

Оспариваемый товарный знак включает изобразительный элемент в виде композиции, состоящей из графического элемента (букв «LBL») и изображения двух

квадратов, который является сходным с изобразительным элементом противопоставленных знаков (1-2), представляющим собой композицию, также состоящую из графического элемента (букв «LBL/ЛБЛ») и изображения двух квадратов.

Сходство изобразительных элементов обусловлено общим зрительным впечатлением, а именно: внешней формой; общим композиционным построением (одинаковым расположением букв и квадратов, применением при начертании сравниваемых графических элементов одинаково вида шрифта и размера букв).

При этом, несмотря на то, что в противопоставленном знаке (2) графический элемент «ЛБЛ», выполнен буквами русского алфавита, его композиционное построение полностью воспроизводит противопоставленный знак (1).

Наличие в оспариваемом товарном знаке изобразительного элемента в виде круга и выполнение изобразительного элемента в противопоставленных знаках (1, 2) с эффектом тени не является существенным, поскольку оценка сходства основывается на сходстве внешней формы без учета незначительного расхождения.

Относительно наличия словесных элементов «MARKETING» и «PRODUCTION» в оспариваемом товарном знаке следует отметить, что указанные элементы являются неохранными, в связи с чем основную роль в индивидуализации услуг оспариваемого знака несет изобразительный элемент. Кроме того, коллегия отмечает, что если при сравнении изобразительного обозначения с изобразительным элементом комбинированного обозначения установлено их сходство, то такие обозначения признаются сходными в целом.

Изложенное выше обуславливает вывод о сходстве заявленного обозначения и противопоставленных знаков (1, 2) по визуальному признаку сходства.

Сравнение перечней услуг с целью определения их однородности показало следующее.

Перечень услуг, в отношении которых оспаривается предоставление правовой охраны спорного товарного знака, следующий:

- 35 класс МКТУ - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения

рекламы; аудит коммерческий; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; деловая экспертиза; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; 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; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в

компьютерных базах данных; службы консультационные по управлению бизнесом; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по переезду предприятий; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования.

- 40 класс МКТУ - аппретирование бумаги; аппретирование текстильных изделий; вулканизация [обработка материалов]; выделка шкур; выжимание сока из плодов; вышивание; гальванопокрытие; гравирование; дезактивация вредных материалов; дезодорация воздуха; дубление; закалка металлов; замораживание пищевых продуктов; золочение; золочение гальваническое; информация по вопросам обработки материалов; кадмирование; каландрирование тканей; консервирование пищевых продуктов и напитков; копчение пищевых продуктов; крашение кожи; крашение мехов; крашение обуви; крашение текстильных изделий; крашение тканей; ламинирование; литография; литье металлов; лощение мехов; лужение; меднение; набивка чучел; намагничивание; никелирование; обработка абразивная; обработка бумаги; обработка воды; обработка древесины; обработка киноплёнки; обработка кожи; обработка краев тканей; обработка металлов; обработка мехов; обработка мехов средствами против моли; обработка отходов [переработка]; обработка текстильных изделий средствами против моли; обработка тканей для придания водоотталкивающих свойств; обработка тканей для придания несминаемости; обработка тканей для придания огнестойкости; обработка тканей, текстильных изделий; обработка чистовая; декаприрование; обработка шерсти; обрамление художественных работ; окраска стекол нанесением поверхностного покрытия; освежение воздуха; отбеливание тканей; очистка воздуха; пайка;

переделка одежды; переработка мусора и отходов; переработка нефти; печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; плакирование металлов; полиграфия; полирование с помощью абразивов; помол муки; пошив одежды; прокат вязальных машин; прокат генераторов; прокат климатического оборудования; прокат кондиционеров; прокат отопительных приборов дополнительных; проявление фотопленок; работы гончарные; работы кузнечные; работы монтажно-сборочные по заказу для третьих лиц; работы переплетные; работы стеклодувные; работы шорно-седельные; размалывание; раскрой тканей; распиловка [лесопилки]; рафинирование; рубка и разделка леса; сатинирование мехов; серебрение; сжигание мусора и отходов; скрайбирование лазерное; снование [ткачество]; сортировка отходов и вторично переработанных материалов [переработка]; составление фотокomпозиции; стегание материала; строгание [лесопилки]; сукноваление; убой скота; уничтожение мусора и отходов; усадка тканей; услуги зубных техников; услуги криоконсервации; услуги по изготовлению ключей; услуги по окрашиванию; услуги по пескоструйной обработке; услуги по энергопроизводству; услуги портных; фасонирование мехов по заказу; фотогравировка; фрезерование; хромирование; цветоделение; цинкование; гальванизация; шелкография; шлифование оптического стекла.

Правовая охрана противопоставленным товарным знакам предоставлена в отношении следующих услуг:

- 35 класс МКТУ - агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских книг; деловая экспертиза; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; реклама интерактивная в компьютерной сети; информация деловая; информация статистическая; исследования в области бизнеса; исследования в области маркетинга; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по вопросам штата сотрудников; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации по управлению бизнесом;

консультации по организации бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты [для третьих лиц], организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц]; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров [для третьих лиц]; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; работы машинописные; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; распространение рекламных объявлений; реклама; реклама почтой; реклама телевизионная; агентства рекламные; репродуцирование документов; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; обслуживание секретарское; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; обслуживание стенографическое; тестирование психологическое при найме на работу; управление гостиничными делами; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по переезду предприятий; фотокопирование.

- 40 класс МКТУ - аппретирование бумаги; аппретирование текстильных изделий; вулканизация [обработка материалов]; выделка шкур; выжимание сока из плодов; вышивание; гальванопокрытие; гравирование; дезактивация вредных материалов; дезодорация воздуха; дубление; закалка металлов; золочение; информация по вопросам обработки материалов; кадмирование; каландрирование тканей; консервирование пищевых продуктов и напитков; копчение пищевых продуктов; крашение кожи; крашение мехов; крашение обуви; крашение

текстильных изделий; крашение тканей; литографская печать; литье металлов; лощение мехов; лужение; меднение; набивка чучел; намагничивание; никелирование; обработка бумаги; обработка воды; обработка древесины; обработка киноплёнки; обработка кожи; обработка металлов; обработка мехов; обработка мусора и отходов повторная; обработка текстильных изделий средствами против моли; обработка тканей для придания водоотталкивающих свойств; обработка тканей для придания несминаемости; обработка тканей для придания огнестойкости; обработка тканей, текстильных изделий; обработка чистовая; обработка шерсти; обрамление художественных работ; окаймление тканей; окраска стекол нанесением поверхностного покрытия; освежение воздуха; отбеливание тканей; очистка воздуха; пайка; переделка одежды; переработка нефти [химическая]; переработка отходов; печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; плакирование металлов; полиграфия; полирование с помощью абразивов; помол муки; пошив одежды; прокат генераторов; прокат вязальных машин; прокатка в тонкие листы; проявление фотопленок; работы гончарные; работы кузнечные; работы монтажно-сборочные по заказу [для третьих лиц]; работы переплетные; работы стеклодувные; работы шорно-седельные; размалывание; раскрой тканей; распиловка; рафинирование; рубка и разделка леса; сатинирование мехов; серебрение; сжигание мусора; скрайбирование лазерное; снование [ткачество]; сортировка отходов и восстановление сырья [переработка]; составление фотокомпозиции; стегание материала; строгание; убой скота; уничтожение мусора и отходов; усадка тканей; услуги зубных техников; услуги по изготовлению ключей; услуги по энергопроизводству; услуги портных; услуги химчисток; фасонирование мехов по заказу; фотогравировка; фрезерование; хромирование; цветоотделение [в полиграфии]; цинкование; шелкография; шлифование оптического стекла.

Сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ, указанные в перечнях оспариваемого и в противопоставленных знаков (1, 2) являются однородными, поскольку либо идентичны, либо относятся к родовым категориям услуг «менеджмент» или «реклама», имеют одно назначение, один круг потребителей и рынок оказания услуг.

Сопоставляемые услуги 40 класса МКТУ, указанные в перечнях оспариваемого и в противопоставленных знаков (1, 2) являются однородными, поскольку либо идентичны, либо относятся к родовой категории услуг «обработка материалов», имеют одно назначение, один круг потребителей и рынок оказания услуг.

С учетом изложенного, утверждение лица, подавшего возражение, о несоответствии товарного знака по свидетельству №506596 положениям, предусмотренным пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении всех услуг 35, 40 классов МКТУ, следует признать правомерным.

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

удовлетворить возражение, поступившее 23.05.2016, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №506596 недействительным полностью.