

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 13.01.2022, поданное Индивидуальным предпринимателем Кокориным Иваном Сергеевичем, Курганская область, г. Курган (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020743666, при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение «  » по заявке № 2020743666, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 13.08.2020, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 07 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 31.10.2021 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020743666 в отношении всех товаров 07 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров

07 и услуг 35 классов МКТУ, ввиду несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:

ЛИДЕР

- с товарными знаками «**LEADER**» (1) по свидетельству № 831151

ЛИДЕР

(приоритет от 09.04.2019), « **LIDER** » (2) по свидетельству № 687110 (приоритет

от 27.03.2017), « **Лидер** » (3) по свидетельству № 495771 (приоритет от



10.11.2010), « **ЛИДЕР** » (4) по свидетельству № 376482 (приоритет от 30.11.2006), зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью «Торговый Дом «МИР-2000», Москва (ОГРН: 1037700074807), в отношении однородных товаров и услуг 07, 35 классов МКТУ;

Leaders

- с товарным знаком « **Leaders** » (5) по свидетельству № 637692 (приоритет от 30.12.2015), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Лидерс», Москва (ОГРН: 1157746972657), в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- с товарным знаком « **СТЕХНО** » (6) по свидетельству № 567177 (приоритет от 24.07.2014), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Сельхозтехно», Краснодарский край, г. Краснодар (ОГРН: 1072309019067), в отношении однородных товаров и услуг 07, 35 классов МКТУ;

ЛИДЕР

- с товарным знаком « **ЛИДЕР** » (7) по свидетельству № 475777 (приоритет от 10.03.2011), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «ПКФ Форвард», Москва (ОГРН: 1057749662497), в отношении товаров 07, 08 классов МКТУ, однородных заявленным товарам 07 класса МКТУ.

В возражении, поступившем 13.01.2022, заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы сводятся к следующему:

- заявленное комбинированное обозначение имеет существенные визуальные отличия от противопоставляемых товарных знаков;

- слова «ТЕХНО» и «ЛИДЕР» заявленного обозначения представляют собой словосочетание («ЛИДЕР» – существительное, «ТЕХНО» – краткое прилагательное), в связи с чем при анализе сходства не подлежат разделению;

- практика регистрации Роспатентом товарных знаков свидетельствует о возможности использования слов «ТЕХНО» и «ЛИДЕР» в составе товарных знаков,



например: «» (свидетельство № 589612, 35 класс МКТУ), «

(свидетельство № 592390, 35 класс МКТУ), «» (свидетельство

№ 559861, 35 класс МКТУ), «» (свидетельство № 734589, 35



класс МКТУ), «» (свидетельство № 732446, 35 класс МКТУ);

- оригинальное композиционное построение заявленного обозначения позволяет признать его несходным с противопоставленными товарными знаками;

- заявленное обозначение используется заявителем для индивидуализации испрашиваемых товаров и услуг с 2017 года;

- в оспариваемом решении приведен ошибочный вывод, касающийся сравнительной оценки товаров и услуг сопоставляемых перечней;

- если доводы заявителя об отсутствии сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков будут признаны не убедительными, заявитель готов частично отказаться от заявленных товаров 07 класса МКТУ, а именно, от товаров «цепи приводные, за исключением используемых для наземных транспортных средств»;

- если доводы заявителя об отсутствии сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков будут признаны не убедительными, заявитель готов частично отказаться от заявленных услуг 35 класса, а именно от услуг «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аудит коммерческий; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; информация деловая; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; помощь в управлении бизнесом; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»;

- противопоставляемые товарные знаки сходны между собой, но при этом были зарегистрированы и сосуществуют;

- доводы заявителя подтверждаются практикой, изложенной в соответствующих судебных актах.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 31.10.2021 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2020743666.

С возражением представлены следующие материалы:

- переписка, касающаяся баннеров;
- платежные документы от 28.03.2017, 01.11.2017, 06.06.2017,
- счета от 27.03.2017, 02.06.2017, 30.10.2017.

С учетом даты (13.08.2020) поступления заявки №2020743666 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя 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 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 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 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 Правил.

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

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

Признаки, указанные в настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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).



Заявленное обозначение «» является комбинированным, состоит из фантазийного изобразительного элемента, выполненного в левой части

обозначения, и слов «ТЕХНО» и «ЛИДЕР», выполненных буквами русского алфавита в две строки и разделенных горизонтальной чертой. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 07 и 35 классов МКТУ.

Решение об отказе в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех испрашиваемых для регистрации товаров 07 и услуг 35 классов МКТУ основано на наличии товарных знаков

ЛИДЕР *ЛИДЕР*
«**LEADER**» (1), «*LIDER*» (2), «*Лидер*» (3), «» (4),

«*Leaders*» (5), «» (6), «**ЛИДЕР**» (7), принадлежащих
иным лицам.

Основную индивидуализирующую функцию в заявленном комбинированном обозначении «» выполняет словесный элемент «ТЕХНО ЛИДЕР», поскольку именно он акцентирует на себе внимание потребителей и способствует запоминанию знака потребителями. При этом изобразительный элемент обозначения в виде фантазийной трехцветной фигуры не привносит в обозначение самостоятельный смысловой образ. Части словесного элемента «ТЕХНО» и «ЛИДЕР» поддержаны цветовым решением изобразительного элемента.

Коллегия отмечает, что словесный элемент «ТЕХНО ЛИДЕР» не является устойчивым словосочетанием, не закреплён в словарных источниках и, кроме того, разделён визуально выполнением двух слов на разных строках. Таким образом, вопреки позиции заявителя, проведение экспертизы как по словесному элементу «ТЕХНО ЛИДЕР» в целом, так и по каждому из его составляющих в отдельности, является правомерным.

Противопоставленные словесные товарные знаки «*Лидер*» (3), «**ЛИДЕР**» (7) в качестве единственного индивидуализирующего элемента содержат словесный элемент «ЛИДЕР», который фонетически тождественен

словесному элементу «ЛИДЕР» заявленного обозначения, что свидетельствует о наличии таких признаков фонетического сходства сравниваемых обозначений, как наличие совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, близость звуков, составляющих обозначения, расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, наличие совпадающих слогов, близость состава гласных и согласных, вхождение одного обозначения в другое.

ЛИДЕР

Противопоставленные словесные товарные знаки «**LEADER**» (1),
ЛИДЕР

«***LIDER***» (2) содержат слово «ЛИДЕР», выполненное на русском языке, и его транслитерацию («LIDER») и перевод («LEADER»), выполненные буквами английского алфавита. Слова «LIDER» и «LEADER» фонетически тождественны слову «ЛИДЕР». Повторение в одном обозначении определенного элемента дважды обуславливает акцентирование на нем дополнительного внимания. Таким образом, основным индивидуализирующим элементом этих товарных знаков является также словесный элемент «ЛИДЕР». Признаки фонетического сходства аналогичны указанным в предыдущем абзаце.



Противопоставленный товарный знак «» (4) является комбинированным, основную индивидуализирующую функцию в нем выполняет словесный элемент «ЛИДЕР», фонетически тождественный словесному элементу «ЛИДЕР» заявленного обозначения. При этом графические особенности знака не меняют его фонетического воспроизведения и, следовательно, не приводят к отсутствию фонетического сходства указанного товарного знака и словесного элемента заявленного обозначения по признакам, указанным выше.

Как видно, по фонетическому признаку сходства словесных обозначений имеет место полное фонетическое вхождение товарных знаков (1), (2), (3), (4), (7) в заявленное обозначение, что обуславливает вывод об их фонетическом сходстве.



Противопоставленный товарный знак «  » (6) в качестве основного индивидуализирующего элемента содержит элемент «ТЕХНО», который тождественен слову «ТЕХНО», имеющемуся в заявленном обозначении. Таким образом, в данном случае также имеет место полное фонетическое вхождение в заявленное обозначение основного элемента противопоставленного товарного знака, что обуславливает вывод об их фонетическом сходстве.

Звуковое сходство заявленного обозначения и товарного знака « *Leaders* » (5) обусловлено наличием совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, близостью звуков, составляющих обозначения, расположением близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, наличием совпадающих слогов, близостью состава гласных и согласных.

Анализ сравниваемых обозначений по смысловому признаку показал, что заявленное обозначение в качестве основных элементов обозначения включает слова, которые являются зарегистрированными товарными знаками (1), (2), (3), (4), (6), (7) иных лиц, что предопределяет их смысловое ассоциирование. Слово «LEADERS» противопоставленного товарного знака (5) представляет собой множественное число существительного «LEADER», которое может быть переведено на русский язык как «ЛИДЕР» (в широком смысле – лицо, за которым определенное сообщество признает право на принятие решений, наиболее значимых с точки зрения группового интереса, см. <https://dic.academic.ru/>). Совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение, обуславливает вывод о смысловом сходстве заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков (1-7).

Довод возражения о необходимости сравнительной оценки с противопоставленными товарными знаками элемента «ТЕХНО ЛИДЕР» в целом не влияет на установление признаков фонетического и смыслового сходства. Так, смысловое значение элемента «ТЕХНО ЛИДЕР» обусловлено семантикой каждого из его составляющих (ТЕХНО – часть сложных слов со значением

«технологический», ЛИДЕР – вождь, руководитель, спортсмен, возглавляющий гонку и т.п., см. <https://dic.academic.ru/>). Следовательно, качественно иной смысловой образ при совместном использовании частей «ТЕХНО» и «ЛИДЕР» не появляется, поэтому сопоставляемые обозначения правомерно признаны сходными по смысловому критерию на основании подобия заложенных в обозначениях понятий, идей.

Что касается графического критерия, то коллегия отмечает следующее.

ЛИДЕР *ЛИДЕР*

Противопоставленные товарные знаки « **LEADER** » (1), « *LIDER* » (2), « *Лидер* » (3), « **ЛИДЕР** » (7) не имеют каких-либо графических особенностей, следовательно, графический критерий при сравнении с ними заявленного обозначения не имеет решающего значения. При этом выполнение слова «ЛИДЕР» во всех этих знаках буквами русского алфавита графически сближает их с заявленным обозначением.



Противопоставленный товарный знак «  » (4) включает слово «ЛИДЕР», выполненное в оригинальной рамке. Вместе с тем используемая графика не привела к утрате словесного характера элемента «ЛИДЕР» и его визуального доминирования. Следовательно, имеющиеся незначительные визуальные отличия не способствуют выводу о разном графическом решении заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака (4).



Использование в товарном знаке «  » (6) сочетания слова «ТЕХНО» с элементом в форме стилизованного изображения шестерни, выполненного слева от слова «ТЕХНО», формирует схожий зрительный образ данного товарного знака и заявленного обозначения, где слово «ТЕХНО», начинающееся с тех же букв, выполнено справа от изобразительного элемента неправильной зубчатой формы. Использование дополнительного слова «ЛИДЕР» не

приводит к формированию качественно различных зрительных образов при восприятии сравниваемых в настоящем абзаце обозначений, ввиду стандартного решения словесной части заявленного обозначения. При этом общее зрительное впечатление в данном случае не может быть признано определяющим критерием для установления сходства (отсутствия сходства) сравниваемых обозначений, поскольку совокупность фонетического и смыслового сходства обеспечивает ассоциирование заявленного обозначения и товарного знака (6).

Противопоставленный товарный знак «*Leaders*» (5) представляет собой слово «LEADERS», выполненное буквами английского алфавита курсивом, что позволяет сделать вывод об отсутствии признаков графического сходства с ним заявленного обозначения. Вместе с тем графические особенности рассматриваемых заявленного обозначения и товарного знака (5) имеют второстепенное значение, не приводят к выводу о возможности признания их несходными, поскольку вывод о фонетическом и смысловом сходстве является достаточным для признания сходства обозначений в целом.

Вышеизложенный анализ в своей совокупности подтверждает правомерность вывода экспертизы о сходстве заявленного обозначения и товарных знаков (1-7).

Относительно довода возражения о сосуществовании противопоставленных товарных знаков между собой, а также зарегистрированных товарных знаках иных лиц, содержащих слова «ЛИДЕР» и «ТЕХНО», коллегия отмечает, что слова «ЛИДЕР» и «ТЕХНО» относятся к часто используемым элементам товарных знаков, в связи с чем при анализе возможности регистрации обозначений с такими элементами оценивается значимость положения такого элемента и его роль с точки зрения индивидуализирующей способности, на что оказывают существенное влияние иные элементы обозначений. В данном случае заявленное обозначение состоит из элементов, в высокой степени сходных (тождественных) с противопоставленными товарными знаками при слабой роли второго (не совпадающего) элемента, в связи с чем в целом вывод об отсутствии сходства заявленного обозначения не может быть сделан по отношению ни к одному из противопоставленных товарных знаков (1-7).

В отношении однородности товаров / услуг, указанных в перечнях заявки № 2020743666 и свидетельств №№ 831151, 687110, 495771, 376482, 637692, 567177, 475777, коллегией установлено следующее.

Заявленные товары 07 класса МКТУ «пильные цепи; цепи приводные, за исключением используемых для наземных транспортных средств; цепи для цепных пил; цепи для электропил; цепи для бензопил; режущая гарнитура для пил» в высокой степени однородны, в частности, товарам «пилы [машины]; пилы цепные; полотна пильные [детали машин, станков]; цепи приводные, за исключением используемых для наземных транспортных средств; резаки [детали машин]; резцедержатели [детали машин]; станки резьбонарезные; инструменты режущие [детали машин]; держатели для режущих инструментов машин, станков; механизмы зубчатые машин» противопоставленного товарного знака (6), поскольку они относятся к одному роду, сопутствуют при реализации (общие условия реализации), имеют общий круг потребителей.

По своему назначению заявленные товары 07 класса МКТУ относятся к деталям для режущих инструментов, агрегатов, машин. Данные товары по назначению, кругу потребителей и условиям реализации могут быть признаны однородными таким товарам противопоставленного товарного знака (7), как «полотна пил [части ручных инструментов]; ледорубы; лобзики; мясорубки [машины]». При этом по родовой принадлежности заявленные товары однородны деталям машин иного назначения противопоставленного перечня.

Довод возражения о готовности заявителя отказаться от заявленных товаров 07 класса «цепи приводные, за исключением используемых для наземных транспортных средств» приводит к сужению области применения испрашиваемых товаров, однако, не оказывает влияния на их родовую принадлежность, условия реализации и круг потребителей. В связи с чем сокращение перечня товаров 07 класса МКТУ не приведет к отсутствию однородности испрашиваемых товаров товарам противопоставленных товарных знаков (6) и (7).

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аудит

коммерческий; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; информация деловая; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; помощь в управлении бизнесом; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; продажа оптовая; продажа розничная; продажа товаров через Интернет» по роду, виду, назначению, условиям оказания и кругу потребителей однородны услугам «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; обновление рекламных материалов; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; 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; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями;

посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление деловой информации через веб-сайты; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение товаров для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; 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; 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; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; телемаркетинг; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации интернет-сайта; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги prc; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая» противопоставленного товарного знака (6), услугам 35 класса МКТУ «услуги магазинов, в том числе оптовая и розничная продажа товаров; агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение товаров для третьих лиц;

радиореклама; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение: предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» противопоставленного товарного знака (5).

Кроме того, заявленные услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аудит коммерческий; демонстрация товаров; информация деловая; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; предоставление деловой информации через веб-сайты; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; продажа оптовая; продажа розничная; продажа товаров через Интернет» относятся к услугам в области рекламы, продвижения товаров, услуг, предприятий, вследствие чего по роду и назначению эти услуги однородны услугам «агентства рекламные; демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; реклама; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; розничная продажа непродовольственных товаров; розничная продажа продовольственных товаров; неспециализированная розничная продажа; оптовая продажа непродовольственных товаров; оптовая продажа продовольственных товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака (1), услугам «реклама; агентства по импорту-экспорту; организация выставок в коммерческих или рекламных целях;

презентация товаров на всех медиа средствах, с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение товаров для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленного товарного знака (2), услугам «реклама; агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; продажа аукционная; продвижение товаров (для третьих лиц); услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами)» противопоставленного товарного знака (3) и услугам «реклама; демонстрация товаров, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, продажа аукционная» противопоставленного товарного знака (4).

Услуги заявленного перечня «ведение автоматизированных баз данных; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; помощь в управлении бизнесом; посредничество коммерческое» относятся к менеджерским услугам, администрированию каких-либо процессов для третьих лиц. Противопоставленные перечни (1-4) услуг такого назначения не содержат, что позволяет признать названные услуги и услуги противопоставленных регистраций (1-4) не однородными.

Намерение заявителя отказаться от части услуг 35 класса МКТУ не влияет на вывод об однородности испрашиваемых им услуг «продажа оптовая; продажа розничная; продажа товаров через Интернет» услугам противопоставленных товарных знаков (1-4), (5), (6) ввиду следующего.

Продвижение товаров / услуг включает комплекс организационно-технических мероприятий, направленных на успешную продажу товаров / услуг, включая мероприятия по исследованию рынка, изучению спроса, вопросов ценообразования, интенсификации сбыта, повышению конкурентоспособности товаров / услуг.

Таким образом, продвижение товаров / услуг может быть связано как с

непосредственно продажей товаров / услуг, так и с рекламой, маркетинговой деятельностью.

Сокращенный перечень услуг сводится к деятельности по продаже товаров, следовательно, эти услуги однородны услугам, имеющимся в перечнях противопоставленных регистраций (1-4), (5), (6).

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Следовательно:

- вывод о сходстве по всем признакам заявленного обозначения и

ЛИДЕР **ЛИДЕР**

противопоставленных товарных знаков «**LEADER**» (1), «**LIDER**» (2),

«*Лидер*» (3), «» (4), наряду с выводом об однородности части заявленных услуг 35 класса МКТУ услугам противопоставленных регистраций (1-4), свидетельствует о несоответствии заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса для части услуг 35 класса МКТУ, указанных выше, включая услуги сокращенного перечня;

- вывод о наличии признаков фонетического и смыслового сходства между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком

«*Leaders*» (5), наряду с выводом об однородности всех заявленных услуг 35 класса МКТУ услугам противопоставленного товарного знака (5), свидетельствует о несоответствии заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса для всех заявленных услуг 35 класса МКТУ (включая услуги сокращенного перечня);

- вывод о сходстве заявленного обозначения и противопоставленного



товарного знака «» (6) по большинству признаков, установленных пунктами 41-44 Правил, наряду с выводом об однородности всех заявленных товаров и услуг 07, 35 классов МКТУ товарам и услугам противопоставленного товарного знака (6), свидетельствует о несоответствии заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всего заявленного перечня товаров и услуг (включая товары и услуги сокращенного перечня);

- вывод о сходстве по всем признакам заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака «**ЛИДЕР**» (7), наряду с выводом об однородности всех заявленных товаров 07 класса МКТУ товарам противопоставленного товарного знака (7), свидетельствует о несоответствии заявленного обозначения в отношении товаров 07 класса МКТУ пункту 6 статьи 1483 Кодекса (включая товары сокращенного перечня).

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 07 и 35 классов МКТУ, а также всех товаров и услуг сокращенного в возражении перечня на основании положений пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В отношении довода о том, что заявитель использует заявленное обозначение в своей деятельности, коллегия отмечает, что учет данных обстоятельств не предусмотрен пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 13.01.2022, оставить в силе решение Роспатента от 31.10.2021.