

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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 25.03.2024, поданное Индивидуальным предпринимателем Чжоу Тайтун, Краснодарский край, г.Краснодар (далее – заявитель), на решение Роспатента о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022748266, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «POLOBOSS» по заявке №2022748266 с приоритетом от 18.07.2022 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 09, 35, 42, 44 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 23.11.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022748266 в отношении части товаров и услуг 09, 42 классов МКТУ, всех услуг 44 класса МКТУ.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении остальной части товаров и услуг 09, 42 классов МКТУ, всех услуг 35 класса МКТУ, так как не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Заключение мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения со словесными элементами «BOSS, БОСС» серии (блока)

товарных знаков, зарегистрированных на имя HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG, Dieselstrasse 12 72555 Metzingen в отношении однородных товаров и услуг 09, 35, 42 классов МКТУ (св-ва № 912209 [1] с приоритетом от 26.03.21, № 912351 [2] с приоритетом от 26.03.21, № 879957 [3] с приоритетом от 29.03.21, № 913052 [4] с приоритетом от 29.03.21, № 247287 [5] с приоритетом от 28.08.01, № 238854 [6] с приоритетом от 28.08.01, международные регистрации №1436660 [7] с приоритетом от 06.07.18, №1228292 [8] с приоритетом от 31.07.14, №1076645 [9] с приоритетом от 17.09.10, №964782 [10] с приоритетом от 09.11.07, №785514 [11] с приоритетом от 03.07.02, №773035 [12] с приоритетом от 16.08.01, №771889 [13] с приоритетом от 05.09.01, №765707 [14] с приоритетом от 01.06.01, №754225 [15] с приоритетом от 16.08.01, №720624 [16] с приоритетом от 09.12.98, №688698 [17] с приоритетом от 24.09.97, №688697 [18] с приоритетом от 24.09.97, №606620 [19] с приоритетом от 20.07.93, №604811 [20] с приоритетом от 20.07.93, №516345 [21] с приоритетом от 29.05.87, №515189 [22] с приоритетом от 03.07.87, №513257 [23] с приоритетом от 12.11.86, №483341 [24] с приоритетом от 07.10.83, №482758 [25] с приоритетом от 03.08.83, см. открытые реестры www1.fips.ru, <https://www.wipo.int/madrid/monitor/en/index.jsp>).

Следует отметить, что заявителем была оплачена пошлина за регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака, в результате чего ему было присвоено свидетельство №1125657.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 25.03.2024, заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- сравниваемые знаки не являются сходными ни по фонетическому, ни по семантическому, ни по графическому признакам;
- заявитель полагает, что неоднозначное сходство словесного элемента не может являться основанием для признания сравниваемых обозначений сходными;

- между сравниваемыми обозначениями отсутствует сходство до степени смешения, поскольку словесные элементы сравниваемых обозначений выполнены с использованием разного шрифта, алфавита, цветовой гаммы;

- кроме того, имеет место различная внешняя форма обозначений (стандартный и округленный, объемный), вид и характер изображений (их наличие и отсутствие), сочетание цветов и тонов;

- из заключения экспертизы не усматривается на основании каких положений и признаков экспертиза оценила словесный характер, а также визуальное сходство сравниваемых обозначений и к каким выводам пришла в результате анализа изобразительных элементов этих обозначений, как не усматривается и анализ противопоставленного товарного знака, в результате которого эксперт пришел к указанным выводам;

- с точки зрения заявителя при установлении сходства до степени смешения заявленного на регистрацию обозначения и противопоставленного товарного знака нужно исходить из восприятия обозначений в целом (общего впечатления) рядовым потребителем;

- в сравниваемых товарных знаках первое место занимают изобразительные элементы и их отсутствие, в связи с чем они акцентируют на себе внимание потребителя, что существенным образом влияет на восприятие товарных знаков в целом;

- сравниваемые товарные знаки отличаются друг от друга ввиду использования в их буквенных элементах различных видов шрифтов, в связи с чем сравниваемые товарные знаки производят совершенно разное зрительное впечатление за счет различных изобразительных элементов и графического исполнения словесных элементов товарных знаков, в связи с чем не являются сходными по графическому признаку сходства;

- проведение анализа сравниваемых товарных знаков по фонетическому критерию не представляется возможным ввиду того, что сочетание букв

заявленного обозначения вследствие оригинальной графической манеры исполнения имеет неоднозначное прочтение и затрудненное восприятие;

- различное написание буквенных элементов сравниваемых обозначений снижает вероятность сходства до степени смешения сравниваемых товарных знаков;

- важно учитывать различную колористическую проработку сравниваемых обозначений, что также снижает вероятность их сходства;

- словесные элементы обозначений не могут быть признаны однозначно сходными в том случае, если они имеют индивидуальные характеристики с точки зрения их различного оформления, то есть графической составляющей;

- сопоставляемые обозначения имеют различное звучание и являются несходными фонетически, поскольку имеют разный состав слов, слогов, букв;

- сравниваемые обозначения являются искусственно созданными, фантазийными, в связи с чем не могут быть подвергнуты сравнению по семантическому критерию;

- сопоставляемые обозначения не являются сходными семантически, каждое из них самостоятельно и не вызывает в сознании потребителей смешения;

- в заявленном и противопоставленных обозначениях присутствуют неоднородные друг другу товары и услуги, что влияет на отсутствие смешения в сознании потребителя, поскольку нет совпадения по основным и второстепенным критериям однородности;

- заявленные и противопоставленные товары и услуги используются разными кругами лиц, для разных лиц, сама природа этих товаров и услуг отлична, как и их цена.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 23.11.2023 и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении заявленного перечня товаров и услуг.

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

С учетом даты (18.07.2022) поступления заявки №2022748266 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 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 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).

Заявленное обозначение по заявке №2022748266 представляет собой словесное обозначение «POLOBOSS», выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом.

Анализ сходства заявленного обозначения и противопоставленных ему товарных знаков [25] показал следующее.

Противопоставленные товарные знаки представляют собой комбинированные и словесные обозначения «» [1], «» [2], «**HUGO BOSS**»

[3], «**BOSS**» [4], «**BOSS**» [5], «**HUGO BOSS**» [6],

BOSS
«**HUGO BOSS**» [7], «HUGO BOSS» [8], «HUGO BOSS» [9], «HUGO BOSS» [10],

 **HUGO**
«**HUGO BOSS**» [11], «BOSS» [12], «**HUGO BOSS**» [13], «HUGO BOSS» [14],

BOSS
«**HUGO BOSS**» [15], «» [16], «ХУГО БОСС» [17],

«БОСС» [18], **BOSS** **HUGO**
«**HUGO BOSS**» [19], «**HUGO BOSS**» [20],

BOSS
«**HUGO BOSS**» [21], «BOSS» [22], «HUGO BOSS» [23], «BOSS» [24], «HUGO

BOSS» [25], принадлежащие компании «HUGO BOSS AG», Германия, объединенные общим словесным элементом «BOSS», выполненным буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарным знакам на территории Российской Федерации предоставлена, в том числе в отношении товаров и услуг 09, 35, 42 классов МКТУ.

При проведении сопоставительного анализа заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-25] было установлено следующее.

С точки зрения фонетического признака сходства коллегией было установлено сходство сравниваемых обозначений на основании следующего.

Так, основной индивидуализирующий серию противопоставленных товарных знаков словесный элемент «BOSS» полностью входит в состав словесного элемента «POLOBOSS» заявленного обозначения. Кроме того, фонетическое сходство признается на основании близости и одинакового расположения гласных и согласных звуков, наличием одинаковых звукосочетаний и местом совпадающих звукосочетаний в составе обозначений.

Отсутствие сведений о семантике словесного элемента «POLOBOSS» заявленного обозначения не позволяет коллегии провести анализ по семантическому признаку сходства.

С точки зрения визуального признака сходства, сопоставляемые словесные элементы «POLOBOSS» и «BOSS» являются сходными, поскольку выполнены заглавными буквами одного алфавита. Визуальное сравнение слов свидетельствует о тождественном графическом написании букв [-BOSS] в заявленном обозначении и слова «BOSS» в противопоставленных товарных знаках, в связи с чем коллегия приходит к выводу о графическом сходстве обозначений. Следует также отметить, что поскольку заявленное обозначение является словесным, выполнено стандартным шрифтом, без каких-либо графических особенностей, визуальный критерий, в данном случае, не является определяющим.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия констатирует сходство заявленного обозначения и противопоставленным ему товарных знаков [1-25], установленное на основе высокой степени фонетического сходства словесных элементов «POLOBOSS» и «BOSS».

Вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

Сравнительный анализ однородности товаров и услуг 09, 35, 42 классов МКТУ, в отношении которых экспертизой было вынесено решение об отказе в

государственной регистрации товарного знака и товаров 09, 35, 42 классов МТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки [1-25], показал следующее.

Заявленные товары 09 класса МКТУ «3D-очки; 3D-сканеры; антенны; аппараты для передачи звука; аппараты переговорные; аппараты телефонные; аппараты факсимильные; аппараты фототелеграфные; бинокли; бирки для товаров электронные; бленды объективов светозащитные; блоки магнитной ленты для компьютеров; блоки памяти для компьютеров; браслеты идентификационные магнитные; брелоки электронные для дистанционного управления; видеокассеты; видеотелефоны; вспышки для смартфонов; гарнитуры беспроводные для телефонов; глазки [увеличительные линзы] дверные оптические; голограммы; держатели для мобильных телефонов и смартфонов; джойстики для компьютеров, за исключением предназначенных для видеоигр; диапозитивы [фотография]; дискеты; диски звукозаписи; диски магнитные; диски оптические; дисководы для компьютеров; дисководы с автоматической сменой дисков для компьютеров; дисплеи носимых мониторов; дисплеи электронно-цифровые; доски объявлений электронные; звукопроводы; значки настроения, загружаемые для мобильных телефонов; интерфейсы для компьютеров; искатели спутниковые; кабели коаксиальные; кабели оптико-волоконные; кабели электрические; карандаши электронные [элементы дисплеев]; карточки идентификационные магнитные; картриджи для видеоигр; карты памяти для видеоигровых устройств; карты с магнитным кодом; киноплёнки экспонированные; клавиатуры компьютеров; клиенты тонкие [компьютеры]; ключи криптографические загружаемые для получения и расходования криптоактивов; ключ-карты закодированные; книги электронные; книжки записные электронные; коврики для "мыши"; коврики на приборную панель, приспособленные для удерживания телефонов и смартфонов; кольца электронные; кольца-держатели для мобильного телефона; кольца-подставки для мобильных телефонов; компакт-диски [аудио-видео]; компакт-диски [неперезаписываемые]; компьютеры; компьютеры квантовые; компьютеры персональные переносные; компьютеры планшетные; компьютеры портативные;

компьютеры, носимые на себе; кошельки электронные загружаемые; ленты магнитные; ленты магнитные для видеозаписи; линзы контактные; линзы корректирующие [оптика]; линзы насадочные; линзы оптические; линзы-конденсоры; лупы [оптика]; лупы ткацкие; макролинзы; манипуляторы типа "мышь" [периферийное оборудование]; манипуляторы шаровые [компьютерная периферия]; маркеры безопасности [средства шифрования]; медиаплееры портативные; микропроцессоры; модемы; мониторы [компьютерное оборудование]; мониторы [программы для компьютеров]; наборы данных, записанные или загружаемые; носители звукозаписи; носители информации магнитные; носители информации оптические; ноты электронные, загружаемые; ноутбуки; обеспечение программное для компьютерных игр, записанное; обеспечение программное для компьютеров, записанное; обеспечение программное загружаемое для управления криптовалютными транзакциями, использующее технологию блокчейн; обеспечение программное загружаемое, являющееся медицинским устройством; оборудование компьютерное; объективы [линзы] [оптика]; окуляры; опоры для запястий при работе с компьютерами; оправы для очков; очки [оптика]; очки спортивные; пейджеры; пенсне; переводчики электронные карманные; передатчики [дистанционная связь]; передатчики телефонные; передатчики электронных сигналов; платформы программные, записанные или загружаемые; пленка защитная для компьютерных экранов; пленка защитная для смартфонов; пленки для звукозаписи; пленки защитные для мобильных телефонов; пленки рентгеновские экспонированные; пленки экспонированные; подставки для ноутбуков; подставки для телефонных трубок в автомобиле; подставки охлаждающие для ноутбуков; подушки безопасности для защиты при падении; помощники цифровые персональные [ПЦП]; приборы телекоммуникационные в виде ювелирных украшений; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; прицелы оптические для огнестрельного оружия; прицелы телескопические для орудий; программы для компьютеров, записанные; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для

компьютеров, записанные; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые; процессоры [центральные блоки обработки информации]; публикации электронные загружаемые; радары; радиомачты; радиопередатчики [дистанционная связь]; радиоприборы; радиопортативные; световоды оптические [волоконные]; сканеры [оборудование для обработки данных]; сканеры [устройства] для проведения автомобильной диагностики; словари карманные электронные; смарт-очки; смартфоны; смартфоны складные; смарт-часы; станции радиотелеграфные; станции радиотелефонные; стекла для очков; сумки для переносных компьютеров; телеграфы [аппараты]; телескопы; телетайпы; телефоны мобильные; телефоны переносные; телефоны сотовые; терминалы для кредитных карт; транспондеры [передатчики-ответчики]; трекболы [компьютерная периферия]; трубки телефонные; устройства для обработки информации; устройства коммутационные [оборудование для обработки информации]; устройства периферийные компьютеров; устройства связи акустические; устройства считывающие [оборудование для обработки данных]; файлы звуковые загружаемые для звонков мобильных телефонов; файлы изображений загружаемые; файлы музыкальные загружаемые; фильмы мультипликационные; флэш-накопители USB; футляры для контактных линз; футляры для контактных линз с функцией ультразвуковой очистки; футляры для очков; футляры для смартфонов; цепочки для очков; чехлы для переносных компьютеров; чехлы для персональных цифровых помощников [ПЦП]; чехлы для планшетных компьютеров; чехлы для смартфонов; шнуры для мобильных телефонов; шнуры для очков; элементы графические, загружаемые для мобильных телефонов; эмодзи, загружаемые для мобильных телефонов» являются однородными товарам 09 класса МКТУ «очки и части и детали для них; футляры для очков; футляры для ноутбуков; устройства носимые отслеживающие физическую активность; электронные ручки; звонки тревожной и аварийной сигнализации; электронные журналы; подкасты; веб-ключи USB; устройства для получения информации портативные; аппараты цифровой оптической передачи; книжки цифровые записные; электронная память, электронные запоминающие устройства;

этикетки со встроенными радиочастотными идентификационными чипами; этикетки с магнитно-записанной или закодированной информацией; этикетки с машиночитаемыми кодами; гарнитуры для игр виртуальной реальности; оболочки защитные для электронных книг» противопоставленного товарного знака [1], товарам 09 класса МКТУ «электронные ручки [устройства визуального отображения информации]; очки [оптика]; оправы для очков; футляры для очков; солнцезащитные очки; футляры для солнцезащитных очков; чехлы для мобильных телефонов; USB-флеш-накопители; электрические кабели; адаптеры электропитания; виномеры» противопоставленного товарного знака [8], товарам 09 класса МКТУ «наушники; чехлы для мобильных телефонов» противопоставленного товарного знака [9], товарам 09 класса МКТУ «мобильные телефоны; КПК (персональные цифровые помощники); гарнитуры» противопоставленного товарного знака [10], товарам 09 класса МКТУ «очки и их детали» противопоставленных товарных знаков [12, 13, 15-25], поскольку сопоставляемые товары относятся к средствам оптическим и аксессуарам для них, аппаратуре для передачи звука, носителям информации, оборудованию компьютерному, принадлежностям и аксессуарам для них, оборудованию для обеспечения дистанционной связи, принадлежностям и аксессуарам для них, оборудованию для обработки информации, устройствам фотографическим, следовательно, они соотносятся друг с другом как род-вид, имеют одно назначение, одинаковый круг потребителей.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; 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 в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; 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; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для

компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для

отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» являются однородными услугам 35 класса МКТУ «менеджмент в сфере бизнеса, консультации в области продаж; услуги оптовой и розничной продажи в отношении одежды, обуви, головных уборов и часов, наручных часов, очков, модных аксессуаров, косметических средств и парфюмерии, изделий из кожи, сумок, постельного белья, домашнего текстиля, предметов домашнего обихода, канцелярских товаров, предметов багажа, спортивных принадлежностей и курительных принадлежностей; маркетинг; маркетинговые исследования и анализ рынка; реклама; стимулирование продаж и сбыта; аренда площадей для размещения рекламы; распространение товаров и рекламных материалов в рекламных целях, в том числе через электронные носители и средства информации и через Интернет; презентация товаров, в частности оформление магазинов и витрин; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; продвижение деловых отношений путем предоставления коммерческих и деловых контактов; консультации, рекомендации и консультационные услуги для потребителей; консультации и административная деятельность в сфере бизнеса; консультации по организации бизнеса; консультации профессиональных в области бизнеса; консультации в области моды; организация показов мод в коммерческих, промышленных и рекламных целях; управление розничными магазинами в отношении одежды, обуви, головных уборов и часов, наручных часов, очков, модных аксессуаров, косметических средств и парфюмерии, изделий из кожи, сумок, постельного белья, домашнего текстиля, предметов домашнего обихода, канцелярских товаров, предметов багажа, спортивных принадлежностей и курительных принадлежностей; услуги оптовой и розничной продажи в режиме онлайн и услуги онлайн-заказа в отношении одежды, обуви, головных уборов и часов, наручных часов, очков, модных аксессуаров, косметики и парфюмерии, изделий из кожи, сумок, постельного белья, домашнего текстиля, предметов домашнего обихода, канцелярских принадлежностей, предметов багажа, спортивных принадлежностей и курительных принадлежностей; услуги заказа на

высылку товаров по почте и компьютеризированные услуги онлайн-заказа в отношении одежды, обуви, головных уборов и часов, наручных часов, очков, модных аксессуаров, косметических изделий и парфюмерии, кожаных изделий, сумок, постельного белья, домашнего текстиля, предметов домашнего обихода, канцелярских товаров, предметов багажа, спортивных принадлежностей и курительных принадлежностей» противопоставленных товарных знаков [1-4], услугам 35 класса МКТУ «услуги по продаже, в частности, продажа одежды, настольных, настенных и наручных часов, очков, модных аксессуаров, косметики и парфюмерии, изделий из кожи, текстильных изделий для дома, предметов багажа, спортивных и табачных изделий; проведение аукционов; маркетинг; исследования и анализ рынка; реклама; сдача в аренду мест для рекламы; распространение товаров и рекламных материалов для целей рекламы, в том числе с использованием электронных средств связи и Интернет; презентации товаров, в частности, украшение магазинов и витрин; организация выставок-продаж; стимулирование деловых отношений; консультативные услуги по вопросам бизнеса и делового администрирования; консультирование по экономическим вопросам бизнеса; управление бизнесом» противопоставленных товарных знаков [5, 6], услугам 35 класса МКТУ «управление предприятием, консалтинг по продажам, оптово-розничная торговля одеждой, часами, очками, модными аксессуарами, косметикой и парфюмерией, изделиями из кожи, домашним текстилем, багажом, спортивными товарами и табачными изделиями; маркетинговые услуги, изучение и анализ рынка, реклама, аренда рекламного пространства, распространение рекламных материалов и товаров в рекламных целях, в том числе через электронные средства массовой информации и Интернет; презентация товаров, в частности в магазинах и на витринах; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; содействие развитию деловых отношений путем предоставления коммерческих и деловых контактов, консультационные услуги для потребителей; консультирование по вопросам управления предприятием; консультирование по вопросам организации предприятия; профессиональное бизнес-консультирование» противопоставленного товарного знака [7], услугам 35 класса МКТУ «оптовые и

розничные услуги в секторах одежды, часов, очков, модных аксессуаров, средств по уходу за телом и парфюмерии, изделий из кожи, тканей для обивки дома, багажа, спортивных товаров и табачных изделий; маркетинг; маркетинговые исследования и анализ рынка; реклама; аренда рекламного пространства; распространение товаров и рекламных материалов в рекламных целях, в том числе через электронные СМИ и Интернет; презентация товаров, в частности, оформление магазинов и витрин; организация выставок в экономических и рекламных целях; бизнес-консалтинг и администрирование; организационное консультирование по вопросам бизнеса; консультирование по вопросам экономики предприятия; потребительское консультирование; управление бизнесом; содействие развитию деловых отношений путем обеспечения торгово-экономических контактов» противопоставленного товарного знака [9], услугам 35 класса МКТУ «маркетинг; маркетинговые исследования и анализ рынка; реклама; аренда рекламного пространства; распространение товаров и рекламных материалов в рекламных целях, в том числе через электронные СМИ и Интернет; презентация товаров, в частности, оформление магазинов и витрин; организация выставок-продаж; бизнес-консалтинг и администрирование, организационный консалтинг, бизнес-консалтинг; консалтинг по продажам; управление бизнесом; все вышеперечисленные услуги для третьих лиц» противопоставленного товарного знака [11], услугам 35 класса МКТУ «реклама, управление бизнесом, коммерческое администрирование; консультации по вопросам продаж» противопоставленного товарного знака [13], услугам 35 класса МКТУ «маркетинг; маркетинговые исследования и анализ рынка; реклама; аренда рекламного пространства; распространение товаров и рекламных материалов в рекламных целях, в том числе с помощью электронных средств и через Интернет; презентация товаров в рекламных целях и для консультирования клиентов, в частности, оформление магазинов и витрин; организация выставок-продаж; бизнес-консалтинг и администрирование, организационный консалтинг, консалтинг по экономике бизнеса; консалтинг по продажам; управление бизнесом; все вышеперечисленные услуги для третьих лиц; презентация печатных материалов и отчетов;

демонстрация изображений в рекламных целях и для консультирования клиентов; организация продаж с помощью электронных средств и через Интернет» противопоставленного товарного знака [14], услугам 35 класса МКТУ «реклама; деловое администрирование; управление бизнесом; консалтинг по продажам, коммерческое администрирование» противопоставленных товарных знаков [15, 19, 20], поскольку сравниваемые услуги относятся к услугам посредническим, информационно-справочным, конторским и секретарским, менеджерским, услугам по продвижению и рекламе товаров, услугам в области бухгалтерского учета, услугам по прокату оборудования, услугам в области бизнеса, услугам по исследованию рынка и общественного мнения, следовательно, они соотносятся друг к другу как род-вид, имеют одно назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями, имеют один круг потребителей.

Заявленные услуги 42 класса МКТУ «дизайн интерьерный; дизайн промышленный; дизайн художественный; планирование городское; разработка планов в области строительства» являются однородными услугам 42 класса МКТУ «планировка помещений для ведения торгово-промышленной деятельности; дизайнерские услуги, включая дизайн одежды» противопоставленных товарных знаков [5, 6], услугам 42 класса МКТУ «составление планов коммерческих помещений» противопоставленного товарного знака [13], услугам 42 класса МКТУ «планировка торговых помещений» противопоставленного товарного знака [15], услугам 42 класса МКТУ «разработка проектов коммерческих помещений» противопоставленных товарных знаков [16, 19, 20], поскольку сравниваемые услуги относятся к услугам в области дизайна, услугам инженерным и консультативным в области строительства, следовательно, они соотносятся друг с другом как род-вид, имеют одно назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями, имеют один круг потребителей.

Таким образом, в результате сопоставления соответствующих перечней, с учетом, к тому же, как уже отмечалось выше, высокой степени фонетического сходства сравниваемых знаков, коллегией однозначно усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителей представления о

принадлежности вышеуказанных услуг, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) знаки, одному производителю.

Коллегией также учтено обращение, поступившее на этапе проведения экспертизы, от правообладателя серии противопоставленных товарных знаков компании «HUGO BOSS AG», в котором он выражает позицию о несоответствии заявленного обозначения требованиям действующего законодательства.

Резюмируя изложенное, коллегия пришла к выводу о том, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-25], в отношении вышеуказанных однородных товаров и услуг 09, 35, 42 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 25.03.2024, оставить в силе решение Роспатента от 23.11.2023.