

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
коллегии 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) (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 22.03.2025 возражение, поданное обществом с ограниченной ответственностью «Экспо Фьюжн Рус», Москва (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023811291 (далее - решение Роспатент), при этом установлено следующее.

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2023811291, поданной 14.11.2023, заявлено комбинированное обозначение



«» в отношении товаров и услуг 16, 25, 35 классов МКТУ.

На основании просьбы заявителя, поступившей 18.11.2024, перечень товаров и услуг скорректирован и принят к экспертизе в соответствующей редакции, о чем заявителю направлено письмо от 21.11.2024.

22.11.2024 принято решение Роспатента о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для товаров 16 и 25 классов МКТУ и об отказе в его регистрации для услуг 35 класса МКТУ. Указанное решение обосновано в заключении по результатам экспертизы заявленного обозначения, являющемся неотъемлемой частью решения Роспатента от 22.11.2024.

Согласно заключению по результатам экспертизы, заявленное обозначение не соответствует требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку является сходным до степени смешения со знаком «**Additive Minds**» по международной регистрации № 1357680 (конвенционный приоритет: 13.09.2016), зарегистрированным на имя EOS GmbH Electro Optical Systems, Германия, охраняемым на территории Российской Федерации в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 22.03.2025, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 22.11.2024 и привел следующие доводы:

- заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак не являются сходными в целом, поскольку имеются фонетические, семантические и графические различия;

- российский потребитель хорошо знает английский язык, что подтверждается судебной практикой (дела №№ СИП-650/2019, СИП-93/2020), в связи с чем способен определить разное смысловое содержание слов «Minded» (часть сложных слов, указывающая на склонность, интерес, склад ума или характера) и «Minds» (переводится как умы, разумы);

- в целом словосочетание, использованное в заявленном обозначении, может быть переведено на русский язык как «склонный к суммарности», «склонный к совокупности», что существенно отличается от смыслового значения противопоставленного товарного знака: «совокупные умы» или «суммарные умы»;

- общее зрительное впечатление заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака является разным, в том числе в связи с графическим элементом в виде эллипсоидной фигуры, напоминающей символ бесконечности, присутствующим в заявленном обозначении;

- в период проведения экспертизы заявителем был конкретизирован перечень услуг 35 класса МКТУ, а именно приведены формулировки, связанные со сферой «аддитивного производства»;

- то обстоятельство, что перечень противопоставленных услуг представлен в широком виде, свидетельствует об отсутствии однородности сравниваемых услуг;

- заявитель убежден в отсутствии однородности услуг 35 класса МКТУ в сопоставляемых перечнях, в частности в связи с тем, что такие маркетинговые мероприятия как ярмарки, выставки и презентации требуют организации события, что и составляет назначение услуг, в отличие от назначения услуг рекламы и продвижения, которые определяются именно как продвижение товаров и услуг заказчика, также отличаются условия реализации услуг и круг их потребителей, при том, что сопоставляемые услуги нельзя назвать взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми;

- аналогично заявитель не усматривает сходства в назначении, условиях оказания и круге потребителей услуг, связанных с ведением баз данных и предоставлением коммерческой информации;

- уточнение, внесенное в отношении консультационных услуг, является важным для оценки однородности этих услуг услугам противопоставленного перечня, поскольку услуги, связанные с системами менеджмента качества, не являются однородными иным услугам, представленным в общих формулировках, – такие услуги имеют административную направленность и регламентированы стандартами (ISO);

- заявитель ведет деятельность в сфере выставочной индустрии, организует работу деловых платформ для самых разных отраслей, среди которых с использованием заявленного обозначения реализуется проект по аддитивным технологиям и 3D-печати в промышленности (<http://additiveminded.ru/>), в свою очередь противопоставленный товарный знак индивидуализирует образовательные услуги в отношении промышленной 3D-печати, которые не направлены на российского потребителя;

- отсутствие использования противопоставленного товарного знака подтверждается публикацией новостного издания, в которой генеральный директор правообладателя сообщает об отсутствии намерений осуществлять деятельность на территории Российской Федерации.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 22.11.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2023811291 в отношении всех заявленных товаров и услуг.

С возражением представлены следующие материалы:

1. Скриншоты публикаций в сети Интернет на иностранном языке с переводом на русский язык.

2. Скриншоты из онлайн-словаря в отношении значений слов «additive», «minded», «mind».

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 21.05.2025, заявителем по результатам выступления был приведен дополнительный довод о том, что он имеет готовность дополнительно ограничить испрашиваемый к регистрации перечень услуг 35 класса МКТУ, уточнив «услуги выставок» до «услуг выставок, связанных с промышленным производством». Вместе с тем никаких ходатайств до удаления коллегии на совещание заявлено не было.

Изучив материалы возражения, заслушав представителя заявителя и оценив все имеющиеся в материалах дела документы и сведения, приведенные заявителем в доказательство своих требований, коллегия установила следующее.

С учетом даты (14.11.2023) подачи заявки № 2023811291 на государственную регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности обозначения включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором

Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 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).

В качестве товарного знака по заявке № 2023811291 испрашивается



регистрация обозначения «», включающего слова «Additive Minded», выполненные буквами латинского алфавита крупного размера в две строки, а также изобразительный элемент, размещенный в левой части обозначения, имеющий форму незамкнутой фантазийной фигуры.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивалась в отношении товаров 16, 25 и услуг 35 классов МКТУ. Для товаров 16, 25 классов МКТУ принято решение Роспатента о регистрации товарного знака по заявке № 2023811291, в то время как в отношении услуг 35 класса МКТУ в

регистрации товарного знака отказано в связи с несоответствием обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса. Таким образом, предметом рассмотрения возражения является отказ в регистрации заявленного обозначения для услуг 35 класса МКТУ.

В рамках применения упомянутых положений законодательства регистрации обозначения по заявке № 2023811291 в качестве товарного знака (знака обслуживания), препятствовал зарегистрированный на имя иного лица знак «**Additive Minds**» по международной регистрации № 1357680 с конвенционным приоритетом от 13.09.2016, правовая охрана которому предоставлена на территории Российской Федерации в отношении товаров и услуг 09, 35, 41, 42 классов МКТУ.

Словесный элемент заявленного обозначения «Additive Minded» является его основным индивидуализирующим элементом. Изобразительный элемент, присутствующий в обозначении, выполняет вспомогательную, декоративную функцию и не влияет на восприятие словосочетания «Additive Minded» как основного («сильного») индивидуализирующего элемента.

В свою очередь, индивидуализирующая способность противопоставленного товарного знака также обусловлена словосочетанием, состоящим из двух слов: «Additive» и «Minds».

В ходе сравнительного анализа сильного (основного и доминирующего) элемента заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака на предмет их сходства установлено следующее.

Оба обозначения состоят из двух слов, включающих идентичное первое слово «Additive» и вторые слова, схожие по звучанию: «Minded» и «Minds». Слова «Minded» и «Minds» имеют общее начальное звуковое сочетание [майн] и одинаковую ударную позицию, а отличие во второй части слов ([дид] и [дз]) существенно не меняет общей фонетической длины обозначений, одинаковой последовательности совпадающих звуков и звукосочетаний.

С учетом идентичности первого слова в сравниваемых обозначениях и совпадения большинства звуков вторых слов коллегия приходит к выводу о

фонетическом сходстве сравниваемых обозначений в целом ввиду наличия близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, близости состава звуков и звукосочетаний, их одинакового расположения.

По визуальному признаку сравнения необходимо учитывать, что в обоих случаях словесные элементы выполнены буквами латинского алфавита, содержат одно и то же первое слово «Additive» и сходные визуально вторые слова, при этом написание слов «Minded» и «Minds» в большинстве букв совпадает. Это свидетельствует о совпадении большинства букв в сравниваемых обозначениях и их одинаковом местоположении друг относительно друга. Общее количество букв также сопоставимо (15 – в словосочетании «Additive Minded» и 14 – в словосочетании «Additive Minds»). То обстоятельство, что словесный элемент заявленного обозначения выполнен в две строки, а словесный элемент противопоставленного товарного знака – в одну, не является существенным различием в контексте графического восприятия, поскольку не меняется буквенный состав и их последовательность.

Таким образом, с точки зрения графики сравниваемые обозначения также являются сходными. При этом, вопреки доводу заявителя о разном общем зрительном восприятии сравниваемых обозначений, соответствующий критерий не может быть определяющим ввиду того, что противопоставленный товарный знак представлен словесным обозначением и лишен графических особенностей, а изобразительный элемент заявленного обозначения и компоновка его словесной составляющей не меняют доминирующего значения словосочетания «Additive Minded».

Семантически оба обозначения представляют собой словосочетания, выполненные на английском языке. Первое слово «Additive» означает «добавка», «дополнение» (что следует из представленных заявителем скриншотов онлайн-словаря), в контексте словосочетания может переводиться как прилагательное. Вторые слова – «Minded» и «Minds» – относятся к категории умственной составляющей, ментальности:

- *Minded* – образовано от «mind», используется в составе сложных прилагательных как указывающее на определенный склад ума или отношение;

- *Minds* – множественное число от «mind», обозначает «умы», «сознания», «мышление».

Как видно, оба обозначения связаны с ментальной деятельностью, мышлением, подходом и могут восприниматься как вариации на одну тему «дополненного мышления» или «добавляющего сознания». Эта смысловая близость усиливает ассоциативную связь между обозначениями.

Довод заявителя о том, что сравниваемые слова могут идентифицироваться российским потребителем как семантически разные, представляется неубедительным, в частности в связи с общей корневой основой слов «*Minded*» и «*Minds*», что само по себе говорит об их смысловом сходстве.

В контексте сравниваемых обозначений также важно учитывать, что российский потребитель не всегда может перевести слова, выполненные на иностранном языке, тем более не всегда способен интерпретировать какой-либо заложенный в них смысловой оттенок. Поскольку сравнительная оценка обозначений производится исходя из их восприятия средним российским потребителем, а не специалистом в области иностранного языка, а заявителем не представлено доказательств качественно разного смыслового восприятия российскими потребителями сравниваемых обозначений, коллегия не может прийти к выводу о том, что сопоставляемые обозначение и товарный знак являются несходными по смысловому признаку, – анализ показал, что в целом заложенные в них понятия и идеи являются схожими.

Таким образом, проведенный анализ свидетельствует о наличии фонетического, семантического и графического сходства сравниваемых обозначений, и даже второстепенная роль графического и смыслового критериев не приводит к выводу о несхождении сравниваемых обозначений ввиду высокой степени их фонетического сходства.

Ссылка заявителя на судебные акты по делам дела №№СИП-650/2019, СИП-93/2020 нерелевантна, поскольку они не относятся к рассматриваемому

обозначению или словам, его составляющим, при этом в них вообще не исследовалась правомерность применения критериев пункта 42 Правил. Оценка каждого обозначения индивидуальна, поскольку зависит от конкретного случая.



Резюмируя сказанное, заявленное обозначение «**additive MINDED**» и знак «**Additive Minds**» в целом ассоциируется друг с другом, следовательно, являются сходными. При этом наличие сходства по всем исследуемым критериям не позволяет говорить о низкой степени сходства сравниваемых обозначений.

Заявитель в своем возражении приводит доводы о неоднородности услуг, представленных в перечнях заявленного обозначения и противопоставленной регистрации.

Сравнительный анализ испрашиваемых к регистрации услуг 35 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ противопоставленной международной регистрации № 1357680 с точки зрения их однородности показал следующее.

Услуги «планирование, организация и проведение торговых ярмарок, выставок и презентаций, относящихся к аддитивным технологиям, в коммерческих целях; сбор информации об участниках торговых ярмарок, выставок и презентаций по базам данных; систематизация информации об участниках торговых ярмарок, выставок и презентаций в компьютерных базах данных; консультации в области бизнеса по аддитивному производству; услуги в области предоставления баз данных участников торговых ярмарок, выставок и презентаций, в том числе сбор, накопление, обработка, сортировка, отбор и внесение (регистрация) информации в базы данных для запросов, также в режиме он-лайн (в интерактивном режиме)» связаны с организацией и проведением торговых ярмарок, выставок и презентаций, включают собственно деятельность по их организации, а также сопутствующие услуги по информационному обеспечению таких мероприятий.

Заявитель обращает внимание на организационную составляющую при оказании названных услуг, вместе с тем перечень противопоставленной регистрации содержит как услуги рекламы и продвижения (advertising, marketing and promotional

services¹), к которым относится деятельность ярмарок, выставок и презентаций, так и услуги бизнес-администрирования (business management and administrative services; business administrations²), связанные с организационными процессами, осуществляемыми в пользу третьих лиц, в том числе консультационные услуги (business consultancy and advisory services; providing commercial information to consumer; consultancy and information in relation to the aforesaid services, included in this class³), оказываемые в бизнес-сегменте.

Коллегия полагает, что деятельность, связанная с организацией выставок, торговых ярмарок и презентаций, предназначена для продвижения товаров и услуг третьих лиц, представляет собой услуги для бизнеса, благодаря которым осуществляется информирование профессионального сообщества о субъектах предпринимательской деятельности и их услугах. Такие мероприятия, как правило, имеют тематическую направленность, в связи с чем заявитель высказал готовность о дополнительной конкретизации формулировок заявленных услуг уточнением их сферой промышленного производства.

Коллегия отмечает, что противопоставленные услуги, как справедливо отмечено в возражении, сформулированы в широком виде и, следовательно, включают услуги рекламы, продвижения, а также услуги бизнес-администрирования и бизнес-консультирования в любых сферах. В связи с этим конкретизация сферы, к которой относятся испрашиваемые заявителем услуги, никак не повлияет на их родовую принадлежность и назначение. Как следствие, вывод об однородности этих услуг и услуг противопоставленного перечня не изменится в случае их дополнительного уточнения.

Дополнительно коллегия обращает внимание на присутствие в перечне противопоставленной регистрации услуг «import and export services, as well as wholesaling and retailing services, including via the Internet, in the fields of chemicals,

¹ реклама, маркетинг и услуги по продвижению – согласно переводу в возражении

² управление бизнесом и административные услуги; управление бизнесом – согласно переводу в возражении

³ бизнес-консультации и консультационные услуги; предоставление коммерческой информации потребителям; консультации и информация в связи с вышеуказанными услугами, включенными в данный класс – согласно переводу в возражении

artificial resins and plastics, granules, metals, machines, manufacturing installations, tools and metal goods, building materials, electric and electronic goods, sound recording carriers and data carriers, printers, 3D-printers, printed matter, stationery, office requisites»⁴, назначением которых является осуществление продаж товаров конкретизированного перечня. Заявленные услуги, относящиеся к организации выставок, ярмарок, в том числе выставок и ярмарок, связанных с аддитивными технологиями, выставок и ярмарок, связанных с товарами промышленных производств, однородны названным услугам, поскольку и те и другие связаны с продажами товаров (организацией продаж товаров), а именно товаров промышленных производств.

Аддитивные технологии представляют собой технологии производства различных товаров, отличающиеся от традиционных методов тем, что происходит последовательное добавление (наращивание) изделия, в отличие от технологий предшествующих поколений, связанных со штамповкой, резкой, шлифовкой, где изделия последовательно оттачиваются или подвергаются деформации.

Самым известным примером аддитивной технологии является 3D-печать, для организации которой требуются различные материалы (смолы, металлы, гранулы), установки (оборудование) для их подготовки и последующего наращивания (3D-принтеры). Таким образом, очевидно, что сопоставляемые перечни содержат услуги, связанные с одной и той же методикой промышленного производства.

Резюмируя все вышесказанное, заявленные услуги, связанные с организацией выставок, ярмарок и презентаций, однородны услугам рекламы и продвижения, услугам продаж товаров промышленного производства, в том числе по технологиям аддитивного производства, а также услугам бизнес-администрирования по причине высокой организационной составляющей заявленных услуг. Названные услуги характеризуются общим назначением, одинаковыми условиями оказания, кругом потребителей, взаимодополняемостью услуг. Услуги консультационные

⁴ услуги импорта и экспорта, а также оптовой и розничной торговли, в том числе через Интернет, в области химикатов, искусственных смол и пластмасс, гранул, металлов, машин, производственных установок, инструментов и металлических изделий, строительных материалов, электрических электронных товаров, принтеров, 3D-принтеров, печатной продукции, канцелярских товаров, офисных принадлежностей – согласно переводу в возражении

заявленного перечню по всем основным признакам (род, вид, назначение, условия оказания, круг потребителей) однородны услугам консультационным противопоставленной регистрации.

Конкретизация заявленных услуг сферой промышленных производств не меняет их относимость к услугам продвижения и продаж, следовательно, не способна привести к выводу об отсутствии однородности услуг, представленных в сопоставляемых перечнях.

Исследовав услуги сравниваемых перечней, коллегия находит их однородными в высокой степени, поскольку установлено большинство признаков однородности.

Вывод о сходстве заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, а также вывод об однородности услуг 35 класса МКТУ, представленных в сравниваемых перечнях, приводит к заключению о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, что свидетельствует об обоснованности вывода оспариваемого решения о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса для услуг 35 класса МКТУ.

Что касается довода заявителя относительно неиспользования правообладателем противопоставленного товарного знака и, напротив, активного использования заявленного обозначения заявителем, то он не может повлиять на вывод о несоответствии обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку оценка проводится исходя из тех обозначений, которые представлены на регистрацию, и тех перечней услуг, для которых испрашивается регистрация обозначения и действует правовая охрана противопоставленного товарного знака.

Как указано выше, уточнение заявленных услуг не повлечет изменения их родовой принадлежности, в связи с чем не способно оказать влияния на вывод об однородности.

Тем не менее, после завершения рассмотрения возражения на заседании 21.05.2025 заявителем направлено ходатайство о внесении изменений в заявленный

перечень, поступившее 09.06.2025, а также жалоба относительно нерассмотрения коллегией этого ходатайства.

В отношении указанных документов необходимо обратить внимание заявителя на то, что в соответствии с пунктом 38 Правил ППС в рамках спора лицо, подавшее возражение, вправе представить дополнительные доводы по возражению и подтверждающие их документы и материалы. При этом эти доводы могут быть представлены до удаления коллегии в совещательную комнату для формирования вывода по результатам рассмотрения спора.

Воспользовавшись таким правом, представителем заявителя был заявлен дополнительный довод о готовности конкретизировать перечень услуг, который был зафиксирован в протоколе заседания и проанализирован коллегией в рамках рассмотрения спора.

Дополнительные материалы, поступившие 09.06.2025, не могли быть рассмотрены коллегией на заседании 21.05.2025, поскольку заявитель не представил их до оглашения вывода по итогам рассмотрения возражения.

В своем обращении о несправедливости заключения коллегии заявитель ссылается на положения пункта 39 Правил ППС, в соответствии с которыми он вправе заявить ходатайства, связанные с внесением изменений в заявленное обозначение или перечень товаров и услуг.

Коллегия дополнительно отмечает, что представленный довод о возможности конкретизации перечня в установленном порядке зафиксирован и рассмотрен коллегией. Вопреки мнению заявителя, никаких самостоятельных выводов по отдельным доводам действующая процедура не предусматривает: все доводы оцениваются коллегией в рамках рассмотрения спора по существу (см. пункты 44, 48, 49, 50 Правил ППС).

Следует также обратить внимание на то, что положения пункта 39 Правил ППС относятся только к таким ходатайствам, которые связаны с внесением изменений, устраняющих причины, препятствующие предоставлению правовой охраны заявленному обозначению. Вместе с тем сокращение перечня товаров и услуг, для которых испрашивается регистрация товарного знака, к таким

случаям не относится, поскольку для рассмотрения суженного объема охраны (конкретизация отдельных позиций в перечне, либо отказ от части наименований товаров и услуг) не требуется внесения изменений в материалы заявки (в отличие от передачи прав на заявку или изменения самого обозначения), такие доводы рассматриваются в рамках существа возражения.

Анализ нового сокращения перечня, предложенного заявителем 09.06.2025, показал следующее.

Согласно представленному 09.06.2025 заявлению испрашивается возможность изменения услуг 35 класса МКТУ следующим образом: «планирование, организация и проведение выставок и презентаций, связанных с промышленным производством, за исключением рекламных целей». Такая формулировка представляет собой изменение услуги «планирование, организация и проведение торговых ярмарок, выставок и презентаций в коммерческих или рекламных целях», указанной в первоначальном перечне.

Предложенная услуга, из которой заявитель исключил «планирование и организацию торговых ярмарок» и указание на ее «рекламные цели», не претерпела изменений своей родовой принадлежности и назначения. Как было указано ранее, организация выставок и презентаций в коммерческих целях (а иные цели не относятся к услугам 35 класса МКТУ) связана с продвижением и продажей товаров третьих лиц, включая организационную (административную) и консультационную деятельность.

Перечень противопоставленной регистрации содержит услуги, не только связанные с рекламой, но и услуги непосредственно продаж, услуги консультационные, услуги административные, для которых ранее установлена однородность услугам планирования и организации выставок и презентаций.

Иными словами, новое ходатайство заявителя не может явиться основанием для осуществления дополнительных процедур, предусмотренных пунктом 39 Правил ППС, не влияет на вывод коллегии о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В связи с вышеизложенным нарушения процедуры рассмотрения возражения не имелось, а дополнительное ходатайство заявителя не влияет на общий вывод о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и указанного товарного знака.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 22.03.2025, оставить в силе решение Роспатента от 22.11.2024.