

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 поступившее 31.07.2025 возражение, поданное Цитеркоп Т.В., Новосибирская область, Новосибирский район, р.п. Кольцово (далее - заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023795284, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «  » по заявке № 2023795284 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 06.10.2023 было подано на государственную регистрацию товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 14, 16, услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки, в цветовом сочетании: «черный, белый».

Роспатентом 07.06.2025 было принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023795284 в отношении товаров 14 класса МКТУ, указанных в перечне, с дискламацией слова «Сибирь» ввиду его несоответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. В отношении всех товаров 16, всех услуг 35, 41 классов МКТУ заявителю было отказано в государственной регистрации заявленного обозначения (1) в качестве товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Основанием для

принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому установлено следующее:

- входящий в состав заявленного обозначения (1) словесный элемент «Сибирь» – большая часть азиатской территории Российской Федерации, от Урала на западе до горных хребтов тихоокеанского водораздела на востоке и от берегов Сев. Ледовитого ок. на севере до холмистых степей Казахстана и границы с Монголией на юге в силу своего семантического значения (см. Интернет-словари, например: <https://dic.academic.ru/>, Энциклопедический словарь. 2009, Географические названия мира: Топонимический словарь. - М: АСТ. Поспелов Е.М. 2001, Словарь современных географических названий. - Екатеринбург: У-Фактория. Под общей редакцией акад. В. М. Котлякова. 2006 г.), является неохранным элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку является названием крупного географического региона, ориентирует потребителей относительно местонахождения заявителя и места производства товаров;
- в результате проведения экспертизы заявленного обозначения (1) установлено, что оно сходно до степени смешения со следующими товарными знаками:

- «**СИБИРЬ**» (2), зарегистрированным ранее на имя Манцунова Николая Александровича, 119048, Москва, ул. Ефремова, д. 19, корп. 1, кв. 33 (свидетельство № 979625, приоритет от 29.03.2022 г.), в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- «» (3), зарегистрированным ранее на имя Автономной некоммерческой организации "Футбольный клуб "Новосибирск" 630099, г. Новосибирск, ул. Советская, д.33, 3 этаж (свидетельство № 360532 с приоритетом от 29.09.2006, срок действия продлен до 29.09.2026 г.), в отношении однородных услуг 35, 41 классов МКТУ;



- «» (4) по свидетельству № 589415, приоритет от 26.08.2014, срок



- действия продлен до 26.08.2034 г., «» (5) по свидетельству № 514289,

приоритет от 25.06.2012, срок действия продлен до 25.06.2032 г., зарегистрированными ранее на имя Ассоциацию "Новосибирский профессиональный хоккейный клуб "Сибирь", 630075, г. Новосибирск, ул. Богдана Хмельницкого, 23, в отношении однородных товаров 16 и услуг 41 классов МКТУ;



- «**SIBIR S7**» (6) по свидетельству № 279585, приоритет от 22.06.2004, срок действия продлен до 22.06.2034 г., «**SIBIR S7**» (7) по свидетельству № 303343, приоритет от 25.05.2004, срок действия продлен до 25.05.2034 г. («S7» - неохраняемый элемент), зарегистрированными ранее на имя ЗАО "Группа компаний С 7", 107031, Москва, ул. Петровка, д. 7, эт. 2, пом. XVII, ком. 1, в отношении однородных услуг 35, 41 классов МКТУ;

- сравнительный анализ заявленного обозначения (1) и противопоставленных товарных знаков (2-7), включающих словесные элементы «СИБИРЬ»/ «СИБИРЬ» / «SIBIR», «СИБИРЬ» / «SIBIR»/ «SIBIR», показал их сходство до степени смешения по фонетическому и семантическому критериям.

В поступившем 31.07.2025 возражении заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 07.06.2025. Доводы возражения, поступившего 31.07.2025, сводятся к следующему:

- заявитель выражает согласие с признанием словесного элемента «СИБИРЬ» неохраняемым в составе заявленного обозначения (1);
- единственное сходство заявленного обозначения (1) с противопоставленными товарными знаками (2-7) заключается в неохраняемом элементе «Сибирь», который указывает на местонахождение заявителя: место ведения деятельности, производства товаров, оказания услуг. Вывод о сходстве до степени смешения заявленного обозначения (1) и противопоставленных товарных знаков (2-7) не может быть сделан только на основании неохраняемого элемента, который является слабым ввиду его низкой индивидуализирующей способности;
- словесный элемент «Сибирь» обладает низкой индивидуализирующей способностью не только ввиду описательного характера, но и в связи с широким распространением данного словесного элемента в товарных знаках, зарегистрированных в 16, 35, 41 классах МКТУ;

- в возражении приведена судебная практика, и практика палаты по патентным спорам в части слабых элементов с низкой индивидуализирующей способностью (дела №№ СИП-670/2014, СИП-397/2017, СИП-851/2021, СИП-399/2017, заявка № 2023810811 и т.д.);

- словесный элемент «Сибирь» является слабым элементом для обозначения, индивидуализирующего товары 16 и услуги 35, 41 классов МКТУ, что подтверждается регистрацией Роспатентом множества иных товарных знаков, включающих данный словесный элемент (таблица приведена). В качестве примеров

заявитель указывает: «  » по свидетельству № 851379, приоритет от

05.03.2021, «  » по свидетельству № 826669, приоритет от 10.07.2020,

 по свидетельству № 980095, приоритет от 22.03.2023,

КОНТИНЕНТ СИБИРЬ

«-СИБИРСКИЙ КОНТИНЕНТ» по свидетельству № 254473, приоритет от 25.05.2004 и т.д.;

- вывод экспертизы о фонетическом и семантическом сходстве до степени смешения заявленного обозначения (1) и противопоставленных знаков (2-7) основан на неохраняемом, слабом элементе и потому не может считаться правомерным;

- в заявленном обозначении (1) присутствуют словесные элементы «Сибирь off road Территория Экстрима». Словесный элемент «Сибирь» является слабым элементом, а словесные элементы «off road Территория Экстрима» в свою очередь несут основную смысловую нагрузку в обозначении (1) - отсылают к видам спорта и отдыха, которые заключаются в преодолении условий бездорожья;

- заявленное обозначение (1) и противопоставленные товарные знаки (2-7) производят абсолютно разное общее впечатление;

- заявленное обозначение (1) имеет изобразительные и словесные элементы, которые формируют его существенные отличия от зарегистрированных товарных знаков (2-7).

С учетом изложенного, заявитель просит изменить решение Роспатента от 07.06.2025 по заявке № 2023795284 и вынести решение о регистрации товарного

знака в отношении всех заявленных товаров 14, 16 и услуг 35, 41 классов МКТУ с выведением из-под охраны словесного элемента «Сибирь».

В подтверждение своих доводов заявителем было представлено решение о государственной регистрации заявленного обозначения (1) по заявке № 2023795284.

Изучив материалы дела и выслушав участвующих в рассмотрении возражения, поступившего 31.07.2025, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (06.10.2023) заявки № 2023795284 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения (1) 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 Минэкономразвития России от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 г. (далее – Правила).

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

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

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

В соответствии с пунктом 1.1. положения пункта 1 настоящей статьи не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;

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

В ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не обладающим различительной способностью или состоящим только из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса (пункт 34 Правил).

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

Согласно пункту 34 Правил в ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не обладающим различительной способностью или состоящим только из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, общепринятые наименования и т.д.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации. При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

В соответствии с пунктом 35 Правил указанные в пункте 34 настоящих Правил элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения. В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах. Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

- 1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию (статья 1492) в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации;

2) 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;

3) товарными знаками других лиц, признанными в установленном настоящим Кодексом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров с даты более ранней, чем приоритет заявленного обозначения.

Согласно требованиям пункта 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.

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).

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение



«Сибирь», «Территория Экстрима», «ROAD» является комбинированным. Словесные элементы «Сибирь», «Территория Экстрима», «ROAD» выполнены на разном уровне, разным шрифтом и разным алфавитом. Регистрация заявленного обозначения (1) в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров 14, 16, услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки, в цветовом сочетании: «черный, белый».

Неохраноспособность словесного элемента «Сибирь», как несоответствующего требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса и указывающего на местонахождение заявителя и место производства товаров, заявителем не оспаривается.

Вместе с тем, при экспертизе заявленного обозначения (1) требованиям законодательства правовой оценке подвергаются все элементы обозначения, а также все имеющиеся препятствия, выявленные экспертизой.

В отношении несоответствия заявленного обозначения (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В заключении по результатам экспертизы заявленному обозначению (1) противопоставлены следующие товарные знаки:

- «**СИБИРЬ**» (2) по свидетельству № 979625, приоритет от 29.03.2022 г. Правообладатель: Манцулов Николай Александрович, Москва. Правовая охрана товарного знака (2) действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- «» (3) по свидетельству № 360532 с приоритетом от 29.09.2006 (срок действия продлен до 29.09.2026 г.). Правообладатель: Автономная некоммерческая организация "Футбольный клуб "Новосибирск", г. Новосибирск. Правовая охрана товарного знака (3) действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства;



- «» (4) по свидетельству № 589415, приоритет от 26.08.2014, срок

действия продлен до 26.08.2034 г., «» (5) по свидетельству № 514289, приоритет от 25.06.2012, срок действия продлен до 25.06.2032 г. Правообладатель: Ассоциация "Новосибирский профессиональный хоккейный клуб "Сибирь", г. Новосибирск. Правовая охрана товарных знаков (4, 5) действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 16 и услуг 41 классов МКТУ, указанных в перечнях свидетельств;



- «» (6) по свидетельству № 279585, приоритет от 22.06.2004, срок действия продлен до 22.06.2034 г., «**SIBIR S7**» (7) по свидетельству № 303343, приоритет от 25.05.2004, срок действия продлен до 25.05.2034 г. («S7» - неохраняемый элемент). Правообладатель: ЗАО "Группа компаний С 7", Москва. Правовая охрана товарных знаков (6, 7) действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечнях свидетельств.

В отношении анализа сравниваемых обозначений на предмет установления их сходства коллегия отмечает следующее.

Заявленное обозначение (1) включает словесный элемент «Сибирь», который выполнен крупным шрифтом и акцентирует на себе внимание потребителя при восприятии обозначения в целом.

Заявленное обозначение (1) и противопоставленные товарные (2, 3, 5) содержат фонетически и семантически тождественный элемент «Сибирь». Словесные элементы «Сибирь» заявленного обозначения (1) и элемент «Sibir» товарных знаков (4, 6, 7) фонетически тождественны, поскольку имеют одинаковое прочтение и полное совпадение большинства гласных и согласных звуков, расположенных в одинаковом порядке «С-и-б-и-р-» / «S-i-b-i-r». Отдельные визуальные отличия в общем зрительном впечатлении не приводят к отсутствию сходства заявленного обозначения (1) и товарных знаков (2-7) ввиду фонетического и семантического сходства словесных элементов «Сибирь» / «Sibir».

В связи с изложенным, обозначение (1) и товарные знаки (2-7) являются сходными по фонетическому и семантическому критериям сходства словесных обозначений.

Следовательно, заявленное обозначение (1) и противопоставленные товарные знаки (2-7) ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Анализ однородности сравниваемых товаров 16, услуг 35, 41 классов МКТУ класса МКТУ показал следующее.

Заявленные товары 16 класса МКТУ *«альбомы; альманахи; атласы; банкноты сувенирные; баннеры бумажные; банты бумажные, за исключением галантерейных изделий или украшений для волос; бейджи именные [офисные принадлежности]; билеты; бирки для каталожных карточек; бланки; бланки уведомлений [канцелярские товары]; блески для канцелярских целей; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; блокноты для рисования, черчения; браслеты для удерживания письменных принадлежностей; брошюры; буклеты; бумага; вывески бумажные или картонные; вымпелы бумажные; глобусы; гравюры; держатели для документов [канцелярские принадлежности]; держатели для чековых книжек; держатели удостоверений личности [офисные принадлежности]; дорожки настольные из бумаги; доски магнитные [офисные принадлежности]; журналы [издания периодические]; зажимы для денег;*

зажимы для ручек; закладки для книг; издания периодические; издания печатные; изображения графические; календари; карандаши; карандаши угольные; картинки; картинки переводные; картины [рисунки] обрамленные или необрамленные; картины для раскрашивания; картон; карточки; карты географические печатные; карты коллекционные, за исключением используемых для игр; каталоги; книги; книги для раскрашивания; книжки-комиксы; коврики для пивных кружек бумажные; коврики настольные из бумаги; кольца сигарные; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; материалы упаковочные из крахмала; нагрудники детские бумажные; нагрудники с рукавами бумажные; наклейки напольные; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; напальчники канцелярские; обложки [канцелярские товары]; обложки для паспортов; обложки защитные для книг; образцы вышивок [схемы]; открытки поздравительные; открытки почтовые; подставки для книг; подставки для фотографий; принадлежности школьные [канцелярские товары]; продукция печатная; проспекты; расписания печатные; регистры [книги]; реестры; репродукции графические; салфетки столовые бумажные; скатерти бумажные; статуэтки из папье-маше; сумки для покупок из бумаги или пластика; тетради; указки неэлектронные; упаковки для бутылок бумажные или картонные; фигурки из папье-маше; фильтры бумажные для кофе; флаги бумажные; флаеры; флипчарты; фотогравюры; фотографии [отпечатанные]; щиты рекламные бумажные или картонные; эмблемы [клейма бумажные]; этикетки из бумаги или картона» представляют различную печатную продукцию, канцелярские товары, упаковку и иные товары. В связи с чем, указанные товары 16 класса МКТУ являются однородными по отношению к товарам 16 класса МКТУ «авторучки; альбомы; альманахи; афиши, плакаты; билеты; бланки; бланки уведомлений [канцелярские товары]; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; блокноты с отрывными листами; браслеты для удерживания письменных принадлежностей; брошюры; буклеты; бумага упаковочная; бюллетени информационные; вывески бумажные или картонные; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные; журналы [издания периодические]; закладки для книг; издания периодические; издания печатные; изделия картонные; календари; карандаши; карандаши автоматические; картинки; картинки переводные; карточки; каталоги; книги; книжки-комиксы; конверты [канцелярские товары]; коробки картонные или бумажные; листы бумажные или пластиковые для контроля влажности, используемые как материал для упаковки; листы вязкозные для упаковки; листы из восстановленной целлюлозы для упаковки; листы пузырчатые пластмассовые для упаковки или расфасовки; марки почтовые; материалы для обучения [за исключением приборов]; материалы переплетные; материалы упаковочные подкрахмаленные; машины для точки карандашей электрические или неэлектрические; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или

пластмассовые; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; обертки для бутылок картонные или бумажные; обложки [канцелярские товары]; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; пакетики бумажные; папки для документов; подносы для корреспонденции; подставки для пивных кружек; подставки для ручек и карандашей; подставки для фотографий; приборы письменные; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; продукция печатная; проспекты; расписания печатные; ручки-маркеры [канцелярские принадлежности]; салфетки круглые столовые бумажные; салфетки столовые бумажные; скатерти бумажные; табло из бумаги или картона для объявлений; товары писчебумажные; упаковки для бутылок картонные или бумажные; учебники [пособия]; флаеры, листовки; фотографии [отпечатанные]; эмблемы [клейма бумажные]; этикетки, за исключением текстильных» противопоставленных знаков (4, 5), поскольку они либо идентичны, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение и круг потребителей, относятся к одному сегменту рынка.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; менеджмент спортивный; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация торговых ярмарок; поиск спонсора; 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; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство рекламных фильмов; распространение рекламных материалов; управление программами часто путешествующих» связаны с реализацией, бизнесом, рекламой и являются однородными по отношению к услугам 35 классам 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 манекенистов 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» товарного знака (2), услугам 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских книг; деловая экспертиза; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; интерактивная реклама в компьютерной сети; информация деловая; информация статистическая; исследования в области бизнеса; исследования в области маркетинга; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по вопросам штата сотрудников; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; обслуживание секретарское; обслуживание стенографическое; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты [для третьих лиц]; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; оценка леса на корню; оценка шерсти; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц]; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров [для третьих лиц], в том числе и через Интернет; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; работы машинописные; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; составление с помощью компьютеров составов из товарных вагонов; тестирование психологическое при найме на работу; управление гостиничными делами; услуги в области общественных отношений; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров; услуги по переезду предприятий; снабженческие услуги для третьих лиц [закупка товаров и услуги предприятиям], включая услуги оптовой и розничной торговли; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе услуги магазинов; услуги телефонных ответчиков [для отсутствующих абонентов]; фотокопирование» товарного знака (3), услугам 35 класса МКТУ «агентства

рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; исследования в области маркетинга; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по вопросам штата сотрудников; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты [для третьих лиц]; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; продвижение товаров [для третьих лиц]; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; составление рекламных рубрик в газете; управление гостиничными делами; услуги в области общественных отношений; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров» товарного знака (6), услугам 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских книг; деловая экспертиза; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация статистическая; исследования в области бизнеса; исследования в области маркетинга; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по вопросам штата сотрудников; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; обслуживание секретарское; обслуживание стенографическое; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты [для третьих лиц]; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; оценка леса на корню; оценка шерсти; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц]; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров [для третьих лиц]; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; работы машинописные; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама

телевизионная; репродуцирование документов; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление рекламных рубрик в газете; составление с помощью компьютеров составов из товарных вагонов; тестирование психологическое при найме на работу; управление гостиничными делами; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по переезду предприятий; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги телефонных ответчиков [для отсутствующих абонентов]; фотокопирование» товарного знака (7), поскольку они либо идентичны, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение и круг потребителей, относятся к одному сегменту рынка, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми.

Заявленные услуги 41 класса МКТУ «организация и проведение развлекательных мероприятий; организация и проведение спортивных мероприятий; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация костюмированных представлений для развлечений; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; постановка шоу; предоставление виртуальных онлайн-туров с гидом; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; услуги гидов; услуги развлекательные; шоу-программы» связаны с обучением, развлечениями и спортом, в связи с чем, являются однородными по отношению к услугам 41 класса МКТУ «академии [обучение]; агентства по предоставлению моделей для художников; аренда теннисных кортов; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на спектакли; воспитание в дошкольных и школьных учреждениях; видеосъемка; воспитание физическое; дискотеки; дрессировка животных; дублирование; игры азартные; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; киностудии; клубы здоровья; клубы культурно-просветительные и развлекательные; клубы-кафе ночные; курсы заочные; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; мюзик-холлы; обеспечение интерактивное игрой [через компьютерную сеть]; обеспечение интерактивными электронными публикациями; образование религиозное; обучение гимнастике; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация балов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досугов; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов красоты; организация

конкурсов учебных или развлекательных; организация лотерей; организация развлечений на базах отдыха; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; парки аттракционов; перевод с языка жестов; передачи развлекательные телевизионные; передвижные библиотеки; предоставление оборудования для караоке; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представления театрализованные; представления театральные; проведение экзаменов; программирование спортивных состязаний; производство видеофильмов; производство кинофильмов; прокат аудио- и звукозаписей; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneитофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат кинопроекторов и кинооборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования [за исключением транспортных средств]; прокат театральных декораций; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов [за исключением рекламных]; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; развлечения; сады зоологические; служба новостей; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; спортивные лагеря [стажировка]; субтитрование; услуги казино; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев; услуги студий записи; формирование цифрового изображения; фотографирование; фоторепортажи; цирки; школы-интернаты; шоу-программы» противопоставленного знака (3), услугам 41 класса МКТУ «видеосъемка; воспитание физическое; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес тренировки]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть; обеспечение интерактивными электронными публикациями, незагружаемыми; организация досуга; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; предоставление спортивного оборудования; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; составление программ встреч [развлечение]; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги образовательно-воспитательные; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги спортивных лагерей» противопоставленного знака (4), услугам 41 класса МКТУ «видеосъемка; дискотеки; игры азартные; клубы

здоровья; клубы культурно-просветительные и развлекательные; клубы-кафе ночные; монтаж видеозаписей; обеспечение интерактивное игрой [через компьютерную сеть]; обеспечение интерактивными электронными публикациями [не загружаемыми]; обучение гимнастике; организация балов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досугов; организация и проведение конференций; организация и проведение семинаров; организация конкурсов красоты; организация развлечений на базах отдыха; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передачи развлекательные телевизионные; предоставление услуг кинозалов; представления театрализованные; представления театральные; программирование спортивных состязаний; производство видеофильмов; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов [за исключением рекламных]; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; развлечения; служба новостей; сочинение музыки; фотографирование; фоторепортажи; шоу-программы» противопоставленного знака (6), услугам 41 класса МКТУ «агентства по предоставлению моделей для художников; академии [обучение]; аренда теннисных кортов; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на спектакли; видеосъемка; воспитание в дошкольных учреждениях; воспитание физическое; дискотеки; дрессировка животных; дублирование; игры азартные; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; киностудии; клубы здоровья; клубы культурно-просветительные и развлекательные; клубы-кафе ночные; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; мюзик-холлы; обеспечение интерактивное игрой [через компьютерную сеть]; обеспечение интерактивными электронными публикациями [не загружаемыми]; образование религиозное; обучение гимнастике; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация балов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досугов; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов красоты; организация конкурсов учебных или развлекательных; организация лотерей; организация развлечений на базах отдыха; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; парки аттракционов; перевод с языка жестов; передачи развлекательные телевизионные; передвижные библиотеки; предоставление оборудования для караоке; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представления театрализованные; представления театральные; проведение экзаменов; программирование спортивных состязаний; производство видеофильмов; производство

кинофильмов; прокат аудио- и звукозаписей; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneтофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат кинопроекторов и кинооборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования [за исключением транспортных средств]; прокат театральных декораций; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов [за исключением рекламных]; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; развлечения; сады зоологические; служба новостей; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; спортивные лагеря [стажировка]; субтитрование; услуги казино; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев; услуги студий записи; формирование цифрового изображения; фотографирование; фоторепортажи; цирки; школы-интернаты; шоу-программы» противопоставленного знака (7), поскольку они либо идентичны, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение и круг потребителей, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Согласно пункту 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее - Постановление ВС РФ № 10) 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.

С учетом высокой степени однородности анализируемых товаров и услуг, а также фонетического и семантического сходства сопоставляемых обозначений (1) и (2-7) риск их смешения в гражданском обороте увеличивается. Вместе с тем, для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения противопоставленных товарных знаков (2-7) и спорного обозначения (1) обычными потребителями соответствующих товаров и услуг.

Однородность сравниваемых товаров и услуг заявителем не оспаривается.

На основании проведенного анализа коллегия пришла к заключению о том, что заявленное обозначение (1) и противопоставленные товарные знаки (2-7) являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров 16, услуг 35, 41 классов МКТУ.

Следовательно, заявленное обозначение (1) в отношении товаров 16, услуг 35, 41 классов МКТУ не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, что правомерно указано в заключении по результатам экспертизы.

Довод о существовании иных товарных знаков, включающих элемент «Сибирь» и т.п., признан неубедительным в силу независимого делопроизводства по каждому делу в отдельности и индивидуальности каждого товарного знака. Приведенные заявителем товарные знаки включают и иные индивидуализирующие элементы.

Представленная судебная практика и практика палаты по патентным спорам не имеет преюдициального значения для рассмотрения настоящего возражения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 31.07.2025, оставить в силе решение Роспатента от 07.06.2025.