

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
коллегии палаты по патентным спорам
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия палаты по патентным спорам в порядке, установленном пунктом 3 статьи 1248 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение от 19.02.2013. Данное возражение подано компанией «Ягуар Карс Лимитед», Великобритания (далее – лицо, подавшее возражение) против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 465058, при этом установлено следующее.

Товарный знак по свидетельству № 465058 с приоритетом от 26.04.2011 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 25.06.2012 по заявке № 2011712834 в отношении товаров и услуг 12, 28, 35 классов МКТУ на имя Петрова А.С., Россия (далее – правообладатель).

Товарный знак по свидетельству № 465058 представляет собой комбинированное обозначение со словесными элементами «funny Jaguar», выполненными оригинальным шрифтом строчными буквами латинского алфавита.

В палату по патентным спорам 19.02.2013 поступило возражение против предоставления правовой охраны указанному товарному знаку, мотивированное его несоответствием требованиям, установленным пунктами 3, 6 и 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является всемирно известным британским автопроизводителем, выпускающим легковые автомобили класса «люкс». Компания была основана в 1925 году Уильямом Лайонсом и Уильямом Уолмсли с первоначальным фирменным наименованием Swallow Sidecar (Суэллоу Сайдкар). Мировую известность и признание компания получила в 1945 году после смены фирменного наименования на Jaguar Cars Limited (Ягуар Карс Лимитед) и начала выпуска автомобилей под маркой Jaguar (Ягуар) (в возражении приведены подробные сведения об истории компании);

- оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения в отношении однородных товаров и услуг 12, 28 и 35 классов МКТУ с ранее зарегистрированными товарными знаками лица, подавшего возражение («Ягуар Карс Лимитед»), по свидетельствам № 239337 (приоритет 24.01.2000, товары 28 класса МКТУ) [1] и № 433117 (приоритет 10.12.2008, товары и услуги 12 и 35 классов МКТУ) [2] (в возражении приводится подробный анализ сходства знаков и однородности товаров и услуг);

- следует обратить внимание на неясность вопроса, является ли правообладатель оспариваемого товарного знака индивидуальным предпринимателем. В случае отсутствия у него такого статуса, предоставление правовой охраны должно быть признано недействительным по данному основанию;

- лицо, подавшее возражение, является владельцем фирменного наименования «Jaguar Cars Limited», право на которое возникло ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- лицо, подавшее возражение, осуществляет активную хозяйственную деятельность и широко известно потребителям на территории России. Согласно сведениям, размещенным на официальном сайте по адресу www.jaguar.com/ru/ru/, продажи продукции осуществляются посредством широкой дилерской сети, расположенной в 17 городах России (в возражении приведены подробные сведения о деятельности компании на территории Российской Федерации);

- с учетом вышесказанного, словесное обозначение «FUNNY JAGUAR» по свидетельству № 465058 является ложным и способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара и его производителя, так как оно воспроизводит хорошо известные в Российской Федерации до даты приоритета оспариваемого знака товарные знаки и фирменное наименование лица, подавшего возражение. Фонетическое и семантическое тождество словесного элемента «JAGUAR» повышает вероятность того, что потребитель будет воспринимать товары, маркированные сопоставляемыми обозначениями, и оказываемые услуги, как товары и услуги одного и того же производителя.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 465058 недействительным полностью.

В подтверждение изложенных доводов к возражению приложены следующие материалы:

- распечатки товарных знаков со словесным элементом «JAGUAR»: №№ 239337, 433117, 18170, 155540, 207591, 207593, 207594, 207595, 227132, 333111, 337894, 347564 и т.д. (1);

- распечатки из сети Интернет (Википедия) (2);

- распечатка сайта www.jaguar.com/ru/ru/ (3);

- распечатка сведений из сети Интернет (4).

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, на заседании коллегии, состоявшемся 24.04.2013, представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему:

- правообладатель оспариваемого знака является индивидуальным предпринимателем, о чем свидетельствуют прилагаемые документы;

- довод возражения о введении потребителя в заблуждение неубедителен, поскольку материалы, которые могли бы подтвердить данный факт, отсутствуют, а попытки определить возможность такого введения умозрительны и не точны;

- несмотря на отдельное сходство оспариваемого товарного знака и противопоставленных знаков [1, 2], сравниваемые обозначения не ассоциируются в целом, поскольку оспариваемый знак «FANNY JAGUAR» представляет собой словосочетание, охваченное единой семантической связью, и отличается по семантике от словосочетаний «JAGUAR RACING» и «JAGUAR SELECTED» (в отзыве приведен анализ различия знаков с учетом семантических образов от восприятия животного – ягуара);

- смешение на рынке отсутствует, так как знаки не сходны и товары находятся в различных ценовых категориях, у них различные рынки сбыта и круг потребителей;

- оспариваемый товарный знак и отличительная часть фирменного наименования лица, подавшего возражение, представляют собой словесные обозначения, подпадающие под те же критерии, которые используются при оценке сходства знаков. Указанное обуславливает вывод об их несхождении и, как следствие, о том, что регистрация оспариваемого товарного знака не нарушает требования пункта 8 статьи 1483 Кодекса;

- правообладатель оспариваемого знака является добросовестным производителем детских велосипедов, маркируемых товарным знаком по свидетельству № 465058.

На основании изложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 465058.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлены следующие материалы:

- распечатки товарных знаков № 465058, 239337, 433117 (5);
- копии свидетельств о регистрации ИП и о постановке на учет в налоговом органе (6);
- распечатки из сети Интернет (7);
- рекламные материалы (8).

Лицом, подавшим возражение, на заседании коллегии, состоявшемся 24.04.2013, была дополнительно представлена распечатка из сети Интернет с переводом (9).

На заседании коллегии, состоявшемся 24.04.2013, возражение от 19.02.2013 было рассмотрено. Решением Роспатента от 14.06.2013 в удовлетворении возражения от 19.02.2013 было отказано.

Решением Суда по интеллектуальным правам от 10.06.2014 по делу № СИП-210/2013 было признано недействительным решение Роспатента от 14.06.2013 (далее – Решение СИП). При этом на Роспатент возложена обязанность - повторно рассмотреть возражение от 19.02.2013.

В соответствии с положением статьи 12 Гражданского кодекса Российской Федерации признание недействительным решения Роспатента влечет за собой восстановление положения, существовавшего до нарушения права. Во исполнение Решения СИП возражение от 19.02.2013 было повторно рассмотрено на заседании коллегии, состоявшемся 22.10.2014.

От правообладателя 13.10.2014 поступил дополнительный отзыв на возражение, доводы которого сводятся к усилению позиции, изложенной в основном отзыве, а также к анализу доводов, указанных в Решении СИП. В данной корреспонденции правообладателем изложена просьба оставить правовую охрану товарного знака по свидетельству № 465058 в отношении товаров 12 (трехколесные велосипеды) и 28 (игрушки с подвижными частями или передвижные, а именно, трехколесные велосипеды (игрушки)) классов МКТУ.

К протоколу заседания коллегии (22.10.2014) были приобщены следующие документы:

- от лица, подавшего возражение – распечатка из сети Интернет и рекламные буклеты (10);
- от правообладателя – распечатки из сети Интернет (11);
- от коллегии – распечатка Решения СИП и материалы судебного дела (12).

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (26.04.2011) заявки № 2011712834 на регистрацию товарного знака по свидетельству № 465058 правовая база для оценки его

охраноспособности включает вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные Приказом Роспатента №32 от 05.03.2003, зарегистрированным Минюстом России 25.03.2003 № 4322 (далее — Правила).

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

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

В соответствии с требованиями 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, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана или не признана отозванной; товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 14.4.2 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 14.4.2.4 Правил установлено, что комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

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

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

В соответствии с требованиями пункта 8 статьи 1483 Кодекса и пункта 14.4.3 Правил не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

В соответствии со статьей 1478 Кодекса обладателем исключительного права на товарный знак может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель.



Оспариваемый товарный знак «» является комбинированным и содержит изобразительный элемент в виде стилизованного изображения игрушечного зверя на велосипеде и словесный элемент «funny Jaguar», размещенный под изобразительным полукругом и выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 12, 28 и 35 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

На заседании коллегии, состоявшемся 22.10.2014, были повторно проанализированы доводы возражения от 19.02.2013 с учетом фактов, установленных в Решении СИП от 10.06.2014.



Оспариваемый товарный знак () и противопоставленные знаки [1] (JAGUAR RACING) и [2] (JAGUAR SELECTED) следует признать сходными в силу вхождения в их состав фонетически и семантически тождественного «сильного» элемента «Jaguar/JAGUAR». Элементы «funny/RACING/SELECTED» признаны судом «слабыми» элементами.

В частности, судом отмечено, что «... из анализа сравниваемых товарных знаков фактически был исключен доминирующий сильный словесный элемент «JAGUAR», и внимание смещено на слабые словесные элементы, присутствующие во всех трех товарных знаках...».

Сопоставление товаров и услуг 12, 28 и 35 классов МКТУ, приведенных в перечнях сравниваемых обозначений, а также области деятельности лица, подавшего возражение, показало следующее.

Оспариваемый знак зарегистрирован в отношении товаров и услуг:

12 класс МКТУ - велосипеды, в том числе трехколесные;

28 класс МКТУ - игрушки с подвижными частями или передвижные, в том числе детские трехколесные велосипеды [игрушки];

35 класс МКТУ - реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц, 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, выписка счетов, демонстрация товаров, запись сообщений, изучение общественного мнения, изучение рынка, информация деловая, информация и советы коммерческие потребителям, 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, макетирование рекламы, 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], поиск поручителей, помощь в управлении бизнесом, помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями, представление товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи, 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, редактирование рекламных текстов, реклама, реклама интерактивная в компьютерной сети, реклама почтой, реклама телевизионная, репродуцирование документов, сбор и предоставление статистических данных, 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, тестирование психологическое при найме на работу, управление гостиничными делами, управление, коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, управление процессами обработки заказов на покупки, услуги в области общественных отношений, услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров, услуги по переезду предприятий, услуги по сравнению цен, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], услуги субподрядчика управление [коммерческое], услуги телефонных ответчиков [для отсутствующих абонентов], фотокопирование, экспертиза деловая.

Правовая охрана противопоставленному знаку [1] предоставлена в отношении товаров 28 класса МКТУ: «гимнастические и спортивные товары, не относящиеся к другим классам; елочные украшения; игры, игрушки».

Правовая охрана противопоставленному знаку [2] предоставлена в отношении товаров 12 класса МКТУ: «транспортные средства, включая наземные транспортные средства и моторные наземные транспортные средства, в том числе автомобили; части и принадлежности для транспортных средств, включая части и принадлежности для наземных транспортных средств и моторных наземных транспортных средств, в том числе для автомобилей», и услуг 35 класса МКТУ: «рекламные и промоутерские услуги, относящиеся к транспортным средствам, включая наземные транспортные средства и моторные наземные транспортные

средства, в том числе автомобили; продвижение товаров [для третьих лиц], включая реализацию транспортных средств, в том числе наземных транспортных средств и моторных наземных транспортных средств, включая автомобили, а также частей и принадлежностей для транспортных средств, включая части и принадлежности для наземных транспортных средств и моторных наземных транспортных средств, в том числе автомобилей, в том числе через магазины».

Сравнительный анализ товаров 12 и 28 классов МКТУ, содержащихся в перечнях сопоставляемых знаков, показал, что они либо идентичны (например, игрушки), либо однородны, поскольку соотносятся как «род-вид» (велосипеды – транспортные средства), имеют одно назначение и одинаковые условия реализации и круг потребителей.

Что касается услуг 35 класса МКТУ, коллегия отмечает, что перечни оспариваемого товарного знака и противопоставленного знака [2] содержат позиции, относящиеся к различного вида услуг в области рекламы (например, «реклама, агентства рекламные, реклама интерактивная и т.д.» и «рекламные и промоутерские услуги, относящиеся к транспортным средствам...») и продвижения товаров (например, «продвижение товаров [для третьих лиц]» и «продвижение товаров [для третьих лиц], включая реализацию транспортных средств»), т.е. имеют одно и то же назначение, могут иметь одинаковые условия оказания и круг потребителей.

В отношении услуг 35 класса МКТУ, не относящихся к рекламе и продвижению товаров, а именно: «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц, анализ себестоимости, аудит, бюро по найму, ведение автоматизированных баз данных, ведение бухгалтерских книг, выписка счетов, запись сообщений, изучение общественного мнения, изучение рынка, исследования в области бизнеса, исследования в области маркетинга, комплектование штата сотрудников, менеджмент в области творческого бизнеса, обзоры печати, обработка текста, обслуживание секретарское, обслуживание стенографическое, организация подписки на газеты [для третьих лиц], оценка леса на корню, оценка шерсти, подготовка платежных документов, поиск информации в компьютерных файлах

[для третьих лиц], поиск поручителей, прогнозирование экономическое, продажа аукционная, прокат офисного оборудования и аппаратов, прокат торговых автоматов, прокат фотокопировального оборудования, работы машинописные, расклейка афиш, распространение образцов, репродуцирование документов, сбор и предоставление статистических данных, сбор информации по компьютерным базам данных, систематизация информации в компьютерных базах данных, составление налоговых деклараций, составление отчетов о счетах, составление рекламных рубрик в газете, тестирование психологическое при найме на работу, управление гостиничными делами, управление, услуги в области общественных отношений, услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров, услуги по переезду предприятий, услуги по сравнению цен, услуги телефонных ответчиков [для отсутствующих абонентов], фотокопирование, экспертиза деловая», следует отметить, что данные услуги не могут быть признаны однородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленного знака [2], поскольку представляют собой отдельные виды услуг, т.е. имеют разное назначение, различные условия оказания и круг потребителей.

Кроме того, необходимо обратить внимание, что в Решении СИП указано на то, что истцом (лицом, подавшим возражение) подано ходатайство об изменении предмета иска, в соответствии с которым истец просит: признать недействительным решение Роспатента от 14.06.2013 в отношении всех товаров 12 и 28 классов МКТУ и части услуг 35 класса МКТУ. При перечислении конкретных услуг лицом, подавшим возражение, из перечня исковых требований были исключены именно указанные выше 35 класса МКТУ, признанные коллегией неоднородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленного знака [2]. Ходатайство судом было удовлетворено. Указанное свидетельствует о том, что вопрос о правомерности решения Роспатента от 19.02.2013 об оспаривании предоставления правовой охраны товарного знака в отношении упомянутых услуг 35 класса МКТУ судом не рассматривался.

Таким образом, установленное сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленными знаками [1-2] и однородность товаров 12, 28 классов МКТУ

и части услуг 35 класса МКТУ позволяет сделать вывод о сходстве до степени смешения сравниваемых обозначений, т.е. о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пунктов 3 и 8 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Оспариваемый товарный знак и отличительная часть фирменного наименования лица, подавшего возражение, - «Ягуар Карс Лимитед» («Jaguar Cars Limited»), содержат в своем составе тождественный словесный элемент «Jaguar», что, как отмечено выше, позволяет признать сравниваемые средства индивидуализации сходными.

В Решении СИП было указано, что «... в материалах настоящего дела имеются доказательства как в отношении истории фирменного наименования и видов его деятельности, так и в отношении вопроса о вероятности введения потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя, которые не были предметом исследования коллегии...».

Рассмотрев все материалы дела в совокупности с доводами судебного органа, коллегия установила, что компания «Jaguar Cars Limited» была учреждена (15.10.1982), т.е. задолго до даты приоритета (26.04.2011) оспариваемого товарного знака.

Что касается товаров, в отношении которых действуют права на фирменное наименование и товарный знак, необходимо отметить следующее.

Анализ представленных в материалах дела документов (1-12) показал, что областью деятельности лица, подавшего возражение, является производство и продвижение транспортных средств, частей и принадлежностей к ним.

Таким образом, товары, производимые и реализуемые лицом, подавшим возражение, однородны товарам и услугам, приведенным в перечне 12 и 35 классов МКТУ оспариваемого товарного знака (указаны выше по тексту заключения).

Кроме того, коллегия считает необходимым отметить, что большинство крупных производителей автомобилей одновременно являются и производителями различных видов транспортных средств, в том числе мотоциклов, велосипедов и т.д.:

автомобили, мотоциклы, мотовездеходы, велосипеды, силовая техника «Honda»; автомобили, мотоциклы, макси-скутеры, велосипеды «BMW» (в том числе детские велосипеды); автомобили, мотоциклы, скутеры, велосипеды «Peugeot» и т.д.

Производство указанных товаров под фирменным наименованием «Jaguar Cars Limited» и маркировка продукции оспариваемым товарным знаком, содержащим словесный элемент «Jaguar», обуславливают возможность возникновения представления о принадлежности этих товаров одному лицу.

Кроме того, во внимание приняты результаты экспертизы, приведенные в Решение СИП, в соответствии с которыми 27 % опрошенных, что составляет 37 % среди тех, кто дал содержательный ответ на вопрос, а не отказался отвечать, считают, что тестируемые обозначения принадлежат одному производителю.

Право на фирменное наименование возникло у лица, подавшего возражение, ранее возникновения права на товарный знак по свидетельству № 465058 у правообладателя. При этом коллегия исходила из пункта 6 статьи 1252 Кодекса, согласно которому если различные средства индивидуализации (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания) оказываются тождественными или сходными до степени смешения и в результате такого тождества или сходства могут быть введены в заблуждение потребители, преимущество имеет средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее.

В силу изложенного, регистрация оспариваемого товарного знака не соответствует требованиям, установленным пунктами 3 и 8 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, оценивая в совокупности все обстоятельства дела с учетом выводов суда, коллегия усматривает, что регистрация оспариваемого товарного знака произведена в нарушение положений пунктов 3, 6 и 8 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение от 19.02.2013, признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 465058 в отношении всех товаров 12 и 28 классов МКТУ и следующих услуг 35 класса

МКТУ: «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; агентства по импорту-экспорту, агентства по коммерческой информации, агентства рекламные, аренда площадей для размещения рекламы, демонстрация товаров, информация деловая, информация и советы коммерческие потребителям, 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, макетирование рекламы, обновление рекламных материалов, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, оформление витрин, оценка коммерческой деятельности, помощь в управлении бизнесом, помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями, представление товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи, продвижение товаров [для третьих лиц], прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации, прокат рекламных материалов, публикация рекламных текстов, радиореклама, распространение рекламных материалов, редактирование рекламных текстов, реклама, реклама интерактивная в компьютерной сети, реклама почтой, реклама телевизионная, сведения о деловых операциях, коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, управление процессами обработки заказов на покупки, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], услуги субподрядчика управление [коммерческое]».