

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ~~во~~зражения ~~з~~аявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее - Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 26.02.2026 возражение, поданное ПАО «Группа ЛСР», Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024794897, при этом установлено следующее.

Предоставление правовой охраны обозначению «**КОЛЛЕКЦИЯ**[®]» по заявке №2024794897, поданной 26.08.2024, испрашивалось на имя заявителя в отношении товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, приведенных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 28.10.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг, основанное на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пунктов 1, 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное решение обосновано следующим.

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент

«КОЛЛЕКЦИЯ» («КОЛЛЕКЦИЯ» - это совокупность предметов, объединенных общей социальной, культурной, эстетической или иной целью и составляющих единое целое¹) не обладает различительной способностью, поскольку указывает на назначение товаров и услуг, в связи с чем является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, входящий в состав заявленного обозначения элемент «М» не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой простую букву, не имеющую достаточно оригинального графического исполнения, в связи с чем является неохраняемым элементом в соответствии с положениями пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Наряду с этим, входящий в состав заявленного обозначения изобразительный элемент в виде окантовки (как описывает сам заявитель в графе 571 заявки), не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой простую геометрическую фигуру, не имеющую характерного графического исполнения, в связи с чем является неохраняемым элементом ввиду положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для всех заявленных товаров и услуг на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса как неохраноспособное в целом.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее зарегистрированным на имя другого лица знаком «**КОЛЛЕКЦИЯ**» (по свидетельству №148018 с приоритетом от 13.05.1996) в отношении товаров 30 класса МКТУ, однородных заявленным товарам 30 класса МКТУ [1].

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 26.02.2026 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 28.10.2025. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявитель не оспаривает решение Роспатента от 28.10.2025 в части его выводов о том, что заявленное обозначение нарушает пункт 6 статьи 1483 Кодекса, просит исключить из заявленного перечня товаров и услуг 03, 06, 08, 09,

¹ https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/63472/коллекция,
<https://dic.academic.ru/dic.nsf/lower/15390>

11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ все товары 30 класса МКТУ;

- заявитель не согласен с тем, что заявленное обозначение нарушает положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- как неоднократно отмечалось в судебной практике (постановления Президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.03.2015 по делу №СИП-546/2014, от 03.04.2015 по делу №СИП-47/2014, от 03.04.2015 по делу №СИП-548/2014, от 01.02.2016 по делу № СИП-383/2015) необходимо учитывать ассоциативные связи среднего потребителя при принятии решения о восприятии конкретного обозначения при применении подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ» заявленного обозначения имеет следующие словарно-справочные значения: 1) систематизированное собрание каких-либо предметов; 2) совокупность предметов, растений, животных, представляющая внутреннюю целостность²;

- оценка различительной способности обозначения осуществляется применительно к конкретным товарам и услугам, а не абстрактно;

- заявитель полагает, что вывод экспертизы о том, что словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ» заявленного обозначения является описательным, носит предположительный характер и не подтвержден доказательствами;

- заявитель считает, что словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ» заявленного обозначения является фантазийным в отношении испрашиваемых товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ;

- кроме того, заявитель указывает, что словосочетание «КОЛЛЕКЦИЯ М» отсутствует в словарях, не используется в торговом обороте как характеристика товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, не описывает их свойства и назначение.

На основании вышеизложенного, заявитель просит отменить решение Роспатента от 28.10.2025 и принять решение о государственной регистрации

² <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/85774>

заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ.

К возражению заявителем были приложены следующие материалы:

1. Уведомление о приёме и регистрации заявки №2024794897;
2. Решение Роспатента от 28.10.2025 об отказе в государственной регистрации обозначения по заявке №2024794897;
3. Распечатки из электронных словарей со значением слова «коллекция».

Заявителем на заседании коллегии 09.06.2026 были представлены письменные комментарии к возражению от 26.02.2026, в которых он сообщал следующее:

- на страницах 3-5 дополнений заявитель приводит перечень товаров и услуг 14, 16, 18, 21, 25, 28, 30, 32, 35, 41 классов МКТУ, в отношении которых он заинтересован в регистрации заявленного обозначения;

- заявитель открыл музей «ЗИЛАРТ» в конце 2025 года (<https://zilartmuseum.ru>, <https://www.mos.ru/mayor/themes/13766050>);

- под заявленным обозначением ПАО «Группа ЛСР» развивает собственную линию сувенирной и сопутствующей продукции, а также оказывает услуги музейного магазина и проводит культурно-образовательные программы.

К письменным комментариям от 09.06.2026 заявителем были приложены дополнительные материалы, а именно:

4. Распечатки с сайта <https://zilartmuseum.ru>;
5. Инвентаризационная опись №3 от 31.12.2025.

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

С учетом даты (26.08.2024) поступления заявки №2024794897 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом

Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями пункта 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 символами и 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.

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса 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.

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров;

сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

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.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Как следует из положений пункта 35 Правил, 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 различительной способности, проводится проверка, в рамках

которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения 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 товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их

расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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

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

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено комбинированное

обозначение «КОЛЛЕКЦИЯ[®]», состоящее из графического элемента в виде окантовки, из русской буквы «М», а также из словесного элемента «КОЛЛЕКЦИЯ», выполненного жирным шрифтом, заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ.

Решение Роспатента от 28.10.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ основано на выводе о несоответствии заявленного обозначения нормам пунктов 1, 6 статьи 1483 Кодекса.

Коллегия отмечает, что заявитель в возражении от 26.02.2026 просил исключить из перечня заявленных товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ все товары 30 класса МКТУ, вместе с тем, в письменных комментариях от 09.06.2026 заявитель указывал, что он заинтересован в регистрации заявленного обозначения и для товаров 30 класса МКТУ, следовательно, анализ заявленного обозначения на предмет его положений пунктов 1, 6 статьи 1483 Кодекса будет проведен в настоящем заключении в отношении всех испрашиваемых товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения «КОЛЛЕКЦИЯ[®]» на предмет его соответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ» означает «совокупность предметов, объединенных общей социальной, культурной, эстетической или иной целью и составляющих единое целое³. Стоит отметить, что само по себе слово «коллекция» является собирательным, следовательно, может относиться к любым существующим в гражданском обороте товарам. С учётом своего семантического значения,

³ https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/63472/коллекция,
<https://dic.academic.ru/dic.nsf/lower/15390>

словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ», как верно указывала экспертиза, не обладает различительной способностью, указывает на назначение заявленных товаров (представлены в виде серий или наборов), в силу чего для всех заявленных товаров 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34 классов МКТУ является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ» заявленного обозначения воспринимается как указание на назначение заявленных услуг 35 класса МКТУ «аренда кассовых аппаратов; аренда площадей для размещения рекламы; аренда рекламного времени в средствах массовой информации; аренда рекламных материалов; аренда рекламных щитов; аренда торговых автоматов; аренда торговых стендов; веб-индексация в коммерческих или рекламных целях; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг посредством размещения продукции для третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы по розничной торговле загружаемой виртуальной одеждой; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок для покупателей и продавцов загружаемых файлов цифровых изображений, аутентифицированных с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение

товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямой почтовой; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; 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 розничной торговле, связанные с загружаемыми файлами цифровых изображений, аутентифицированных с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги телемаркетинга», представляющих собой услуги по продвижению товаров, следовательно, являющихся сопутствующими испрашиваемым товарам 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34 классов МКТУ. Под продвижением товаров следует понимать совокупность мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличение их сбыта, расширения рыночного поля товаров.

Вместе с тем необходимо констатировать, что к вышеуказанному роду

услуг можно отнести также информационные услуги в сфере бизнеса, приведенные в перечне 35 класса МКТУ, поскольку деловая информация - это сведения о финансовой стороне деятельности предприятия, планы деятельности и развития предприятия, то есть широкий спектр информации, так или иначе связанной с ведением бизнеса, в частности, представляемой производителям товаров и услуг в целях эффективной организации их коммерческой деятельности, а также потребителям товаров и услуг, в целях оптимального выбора производителей товаров и услуг для вложения средств, а, следовательно, продвижение товаров и создание их широкой известности являются назначением услуг, связанных с предоставлением деловой информации. Размещение информации о товарах также имеет своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования и может рассматриваться как реклама этого товара.

Маркетинговые исследования, услуги по изучению рынка и тому подобные услуги представляют собой анализ данных, позволяющих получить информацию, необходимую для успешной разработки, производства и доведения до покупателя товаров и услуг, предоставляющих для него ценность (<http://www.glossary.ru>).

Целью маркетинговых исследований является помощь предприятию по определению возможности массового производства товаров или услуг, по установлению иерархии характеристик товаров или услуг, способных обеспечить успех на рынке, по проведению анализа типологий и мотиваций имеющейся потенциальной клиентуры, по определению цены и оптимальных условий продажи товаров и услуг.

Данная правовая позиция отражена, в частности, в решении Суда по интеллектуальным правам от 16.07.2018 по делу №СИП-469/2017.

Посредническая деятельность реализуется по договорам поручения, комиссии, агентским. Целью таких услуг является выполнение определенных действий по поручению и за счет другой стороны. Чаще всего поручение касается купли-продажи товаров, что позволяет отнести посредническую деятельность также и к деятельности по продвижению товаров третьих лиц.

Кроме того, любое ведение бизнеса невозможно без оказания услуг бухгалтерского учёта, услуг конторских и секретарских, кадровых услуг, услуг по

аренде офисного оборудования.

Следовательно, словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ» заявленного обозначения также может указывать на назначение испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда офисного оборудования и аппаратов; аренда фотокопировального оборудования; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; выписка счетов; 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 связей с общественностью; написание резюме для третьих лиц; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; 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 и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или

промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; пресс-службы; прогнозирование экономическое; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; разработка стратегий организации бизнеса, связанных с корпоративной социальной ответственностью; распространение образцов; регистрация данных и письменных сообщений; 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; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом артистов; управление бизнесом временное; управление бизнесом спортсменов; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги машинописные; услуги по вырезке новостей; 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 планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; 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 секретарские; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса», которые также могут быть направлены на продвижение заявленных товаров 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34 классов МКТУ.

Коллегия указывает, что регистрация заявленного обозначения также испрашивалась в отношении услуг 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, которые можно поделить на следующие видовые группы:

39 - услуги по перевозке и транспортировке; услуги аварийно-спасательные; услуги по фрахтованию, аренде и прокату транспортных средств; услуги по аренде объектов нежилого фонда; услуги служб доставки; услуги погрузочно-разгрузочные; услуги хранения; услуги по фасовке, упаковке и маркировке товаров; услуги в области организации путешествий; услуги по распределению водных и энергетических ресурсов; услуги по предоставлению информации в сфере транспортных услуг;

41 - услуги образовательные; услуги в сфере развлечений; услуги по аренде различного оборудования; услуги культурно-просветительских и зрелищных учреждений; услуги по организации спортивных мероприятий; услуги, связанные с игорным бизнесом; услуги в области производства кино, аудио- и видеозаписей; услуги в области фотографии; услуги редакционно-издательские; услуги информационные; услуги переводчиков; услуги по сочинению музыки; услуги моделей для художников; услуги композиторов;

42 - услуги научно-исследовательские; услуги геодезические; услуги инженерные и консультативные в области строительства; услуги по техническим испытаниям и контролю; услуги в области дизайна и промышленной эстетики; услуги в области компьютерных технологий; услуги в области метеорологии;

45 - услуги по обеспечению безопасности; услуги в сфере проката; услуги

ритуальные; услуги юридические; услуги по присмотру и уходу; услуги консультационные; услуги по организации и проведению общественных мероприятий.

Коллегия полагает, что словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ» заявленного обозначения также может указывать на назначение испрашиваемых услуг 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, так как при оказании данных услуг необходимо использовать серии и наборы различных предметов (например, при услугах научно-исследовательских - набор пробирок, набор измерительных инструментов, при услугах редакционно-издательских - набор текстов, набор иллюстрирующих материалов, при услугах образовательных - набор тетрадей, набор учебников, при услугах юридических - набор судебных решений и так далее).

Соответственно, для всех испрашиваемых товаров и услуг 03, 06, 08, 09, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 35, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ» заявленного обозначения не обладает различительной способностью и должен оставаться свободным для использования иными лицами в гражданском обороте.

Коллегия отмечает, что заявленное обозначение содержит в своём составе не только неохраняемый словесный элемент «КОЛЛЕКЦИЯ», но и графический элемент в виде окантовки и согласную букву «М», которые также не обладают различительной способностью.

Так, входящий в состав заявленного обозначения элемент «М» не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой простую букву, не имеющую достаточно оригинального графического исполнения.

При этом, входящий в состав заявленного обозначения изобразительный элемент в виде окантовки, не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой простую геометрическую фигуру, не имеющую характерного графического исполнения.

Таким образом, поскольку заявленное обозначение состоит только из неохраноспособных элементов, оно не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

Дополнительно, коллегия отмечает, что заявителем не было представлено каких-либо дополнительных материалов, которые бы доказывали приобретенную различительную способность заявленного обозначения.

Анализ заявленного обозначения «**КОЛЛЕКЦИЯ**[®]» на предмет его соответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленный товарный знак «**КОЛЛЕКЦИЯ**» [1] представляет собой словесное обозначение, выполненное жирным шрифтом, заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Как было установлено по тексту заключения выше, словесный элемент «КОЛЕКЦИЯ» заявленного обозначения «**КОЛЛЕКЦИЯ**[®]» является неохраноспособным, в том числе, в отношении испрашиваемых товаров 30 класса МКТУ. Вместе с тем, данный словесный элемент занимает существенную площадь в составе заявленного обозначения, имеет семантическое значение, ввиду чего должен учитываться при сравнении с противопоставленной регистрацией [1].

При проведении сопоставительного анализа заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] было установлено, что противопоставление [1] фонетически и семантически (значение было приведено по тексту заключения выше) входит в состав заявленного обозначения, что свидетельствует об их ассоциировании друг с другом.

Сравниваемые обозначения содержат словесные элементы, выполненные буквами русского алфавита, что сближает их по визуальному критерию сходства.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что, сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Как было отмечено решением Суда по интеллектуальным правам от 09.11.2022 по делу №СИП-658/2021, «наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется.

Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака». Аналогичный подход отражен в постановлениях Президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2018 и от 03.12.2018 по делу №СИП-210/2017, от 31.05.2018 по делу №СИП-450/2017 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 13.09.2018 №300-КГ18-13820 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано), от 19.10.2018 по делу №СИП-137/2018 и многих других.

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал, что товары 30 класса МКТУ «ароматизаторы для кондитерских изделий, за исключением эфирных масел; булочки с шоколадом; ванилин [заменитель ванили]; вещества подслащивающие натуральные; вещества связующие для мороженого; галеты солодовые; золото пищевое для украшения еды и напитков; изделия желейные фруктовые [кондитерские]; изделия из сладостей для украшения тортов; изделия кондитерские в виде муссов; изделия кондитерские для украшения новогодних елок; изделия кондитерские из сладкого теста, преимущественно с начинкой; изделия кондитерские из слоеного теста; изделия кондитерские мучные; изделия кондитерские на основе арахиса; изделия кондитерские на основе миндаля; изделия кондитерские сахаристые; изделия кондитерские фруктовые; йогурт замороженный [мороженое]; карамели [конфеты]; конфеты; конфеты лакричные [кондитерские изделия]; конфеты мятные; конфеты мятные для освежения дыхания; конфеты шоколадные с ликером; конфитюр молочный; крем заварной; крем-брюле; кристаллы ароматизированные для приготовления желейных кондитерских изделий; круассаны; марципан; мороженое; муссы шоколадные; мята для кондитерских изделий; орехи в шоколаде; палочки лакричные [кондитерские изделия]; паста сахарная для кондитерских изделий; пастилки [кондитерские изделия]; печенье; печенье кокосовое; печенье с начинкой; печенье сухое; подсластители искусственные для кулинарных целей; помадки

[кондитерские изделия]; порошки для приготовления мороженого; пралине; профитроли; пряники; пудинги молочные; пудра для кондитерских изделий; резинки жевательные; резинки жевательные для освежения дыхания; сироп агавы [натуральный подсластитель]; сорбет [мороженое]; спреды на основе шоколада; спреды шоколадные с орехами; тарты; тесто для кондитерских изделий; тесто миндальное; тесто сдобное сладкое для кондитерских изделий; украшения шоколадные для тортов; чипсы картофельные в шоколаде; шоколад; шоколатины» являются однородными товарам 30 класса МКТУ «шоколад, шоколадные конфеты» противопоставления [1], так как сравниваемые товары относятся к изделиям кондитерским, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Сходство до степени смешения заявленного обозначения и противопоставленной регистрации [1], равно как и однородность их товаров 30 класса МКТУ, заявителем в возражении от 26.02.2026 не оспаривалось.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленным товарным знаком [1] в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.02.2026, оставить в силе решение Роспатента от 28.10.2025.