

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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный №59454 (далее – Правила), рассмотрела поступившее 24.03.2026 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Алымовым Максимом Олеговичем, город Москва (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2025767476, при этом установила следующее.

Регистрация товарного знака « **airsoftstore**» по заявке №2025767476 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 30.06.2025 испрашивалась на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 15.02.2026 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2025767476 в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ на основании пункта 1, пункта 3 и пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Решение обосновывается тем, что входящий в его состав словесный элемент «AIRSOFTSTORE» в переводе с английского языка «страйкбол», «магазин» («страйкбол» - это командная военно-тактическая игра с использованием специального небоевого оружия. Магазин - помещение, приспособленное для

розничной продажи товаров; большая лавка. см. Интернет-словари: <https://translate.yandex.ru/>; <https://academic.ru/>) в отношении части услуг 35 класса (реклама, продвижение товаров, демонстрация товаров, продвижение продаж и т.п.) не обладает различительной способностью, характеризует заявленные услуги, указывая на их вид, назначение, в связи с чем является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем следует отметить, что словесный элемент «AIRSOFT» используется многими предприятиями в отношении услуг 35 класса МКТУ (см. <https://airsoft-rus.ru/>, <https://airsoftbox.ru/>, <https://airsoftsports.ru/>, <https://airsoftworld.ru/>, <https://airsoftpowerplay.com/straykbolnyie-magazinyi-moskvyi> [1-5]).

Кроме того, в отношении другой части услуг 35 класса МКТУ, не относящихся к услугам магазинов, обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно назначения и вида услуг на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Также заявленное обозначение сходно до степени смешения со словесным

airsoft

товарным знаком «^{AIRSOFT}АИРСОФТ», зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "АИР-СОФТ", город Уфа, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 24.03.2026 поступило возражение, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение является единым, неделимым и фантазийным словом «airsoftstore», которое отсутствует в словарях, а его произвольное деление экспертизой на части «AIRSOFT» и «STORE» является домысливанием. Само по себе оно не является описательным и не указывает на вид или назначение услуг и обладает различительной способностью;

- приведенные экспертизой ссылки на использование элемента «AIRSOFT» другими лицами не подтверждают довод о введении потребителей в заблуждение, поскольку на указанных сайтах данное обозначение не используется для маркировки товаров или услуг;

- заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак имеют различия по всем признакам - фонетическому, семантическому и графическому, общее зрительное впечатление от знаков различно;

- услуги, указанные в перечне противопоставленного товарного знака, относятся к сфере IT-технологий и консультаций, тогда как деятельность заявителя связана с розничной продажей спортивных товаров;

- заявитель осуществляет деятельность под заявленным обозначением с 2010, имеет официальный сайт с 2012 и широкую известность среди потребителей;

- заявитель указывает на существование примеров регистрации сходных обозначений с общими элементами для однородных услуг, принадлежащих разным правообладателям.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 15.02.2026 и зарегистрировать заявленное обозначение в отношении всех услуг 35 класса МКТУ.

С учетом даты (30.06.2025) подачи заявки №2025767476 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 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 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.

Согласно пункту 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.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся способными ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что 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 подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с абзацем пятым пункта 6 статьи 1483 Кодекса регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного

до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в подпунктах 1 и 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

Согласно пункту 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту 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.

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 обозначение «» является комбинированным, состоит из словесных элементов «airsoftstore», выполненных буквами в латинице. Предоставление правовой охраны испрашивается в черно- белом цветовом сочетании в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Анализ заявленного обозначения требованиям пункта 1 и пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Слово «airsoft» переводится с английского языка как «страйкбол» - командная военно-тактическая игра с использованием пневматического оружия (см. <https://translate.academic.ru/airsoft/en/ru/>). Слово «store» переводится с английского языка как «магазин» (см. <https://translate.academic.ru/store/en/ru/>). Хотя словесные элементы «airsoft» и «store» выполнены слитно буквами латиницы, выделение «airsoft» жирным шрифтом визуальнo разграничивает его с элементом «store». И данное обозначение воспринимается как «страйкбольный магазин».

В отношении услуг 35 класса МКТУ *«администрирование программ лояльности потребителей; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; 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 и проведение коммерческих мероприятий; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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 образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; 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 рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги телемаркетинга; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листовок; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; организация торгово-закупочной деятельности; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога» словесный элемент «AIRSOFTSTORE» представляет собой прямое указание на вид и назначение этих услуг. Он характеризует их как услуги, связанные с продвижением и продажей товаров для страйкбола, и не обладает по отношению к ним различительной способностью.

Кроме того, словесный элемент «airsoft» широко используется в коммерческом

обороте различными предприятиями, оказывающими услуги 35 класса МКТУ, что подтверждается ссылками на действующие сайты [1-5]. Это свидетельствует о том, что данное слово является общеупотребительным для обозначения определенной сферы.

Поскольку доминирующим элементом знака является слово «AIRSOFT», которое представляет собой неохраноспособный элемент, а элемент «STORE» также является описательным и не обладает различительной способностью, обозначение в целом не обладает различительной способностью в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ, что противоречит требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении другой части услуг 35 класса МКТУ, которые напрямую не связаны с деятельностью розничных или оптовых магазинов и рекламой товаров, заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение. Потребитель, воспринимая данное обозначение, ожидает, что услуги оказываются в сфере розничной торговли товарами для страйкбола или сопутствующими услугами. Однако фактическое предоставление услуг, не связанных со страйкболом и розничной продажей, будет не соответствовать действительности и вводить в заблуждение относительно вида и назначения предлагаемых услуг.

Таким образом, регистрация заявленного обозначения в отношении части услуг 35 класса МКТУ *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; 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 в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; 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 спонсора; 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; 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; пресс-службы; прогнозирование экономическое; 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; 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 информационных индексов в коммерческих или рекламных

целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; 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 программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; 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 лидогенерации; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; 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 поисковой оптимизации продвижения продаж; 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 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; услуги копирайтеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; опросы социологические; ведение

делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес – инкубаторов; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации» не представляется возможной, так как оно не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Анализ заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

airsoft
«^{AIRSOFT}»

Противопоставленный знак «^{AIRSOFT}» представляет собой словесное обозначение, выполненное буквами в латинице и кириллице. Правовая охрана предоставлена, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Сравниваемые обозначения содержат тождественный элемент «AIRSOFT», что создает высокую степень фонетического и семантического сходства. Разница в шрифтовом начертании и наличии дополнительного элемента «STORE» в заявленном обозначении не устраняет риска смешения, так как доминирующим элементом является «AIRSOFT», поскольку он находится в начальной позиции и выделен жирным шрифтом.

Графически заявленное обозначение совпадает с противопоставленным знаком за счет выполнения словесного элемента в латинице. Некоторые графические отличия не несут существенного значения при фонетическом сходстве сравниваемых обозначений.

На основании изложенного, заявленное комбинированное обозначение является сходным до степени смешения с противопоставленным товарным знаком.

Анализ однородности услуг показал следующее.

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ *«администрирование программ лояльности потребителей; ведение автоматизированных баз данных; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг*

целевой; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; 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; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; пресс-службы; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; разработка маркетинговых концепций; 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; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; 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 программами часто путешествующих; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги коммерческого лоббирования; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги

консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги по вырезке новостей; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по составлению перечня подарков; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; поиск спонсора; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; 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 магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях»; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; услуги по исследованию покупательских предпочтений; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес – инкубаторов; организация торгово-закупочной деятельности; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации» однородны услугам 35 класса МКТУ «консультации по вопросам организации и управления бизнесом; продвижение товаров [для третьих лиц]; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги снабженческие для третьих лиц; экспертиза деловая» противопоставленного знака, так как относятся к услугам по продвижению товаров и услуг, услугам в сфере бизнеса и

информационно-справочным. Сравнимые услуги соотносятся как вид-род, характеризуются единством свойств, назначения, способов оказания и кругом потребителей.

Иные услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; 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; ведение бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; 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 управлению персоналом; макетирование рекламы; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; подготовка платежных документов; поиск клиентов для третьих лиц; помощь административная в вопросах тендера; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; 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; прогнозирование экономическое; 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; публикация рекламных текстов;

радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; 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 планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листов; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; опросы социологические; услуги по анализу эффективности рекламы; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога» не однородны услугам 35 класса МКТУ противопоставленного знака, поскольку услуги различны по своей природе и назначению, не являются взаимодополняемыми, имеют различные характерные особенности, различный круг потребителей и условия реализации.

Таким образом, однородность части услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака по заявке №2025767476, с услугами, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак, и сходство самих обозначений свидетельствуют об их сходстве до степени смешения, и, как следствие, о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Приведенные в качестве примеров ранее зарегистрированные Роспатентом другие товарные знаки не могут служить основанием для принятия решения о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, так как делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно.

Исходя из вышеуказанного, несоответствие заявленного обозначения пункту 1 и пункту 3 статьи 1483 Кодекса, а также несоответствие заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса приводят к невозможности регистрации товарного знака в полном объеме.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 24.03.2026, оставить в силе решение Роспатента от 15.02.2026.