

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 20.04.2026 возражение, поданное Васюткиным Алексеем Михайловичем (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024881483, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2024881483 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 09.11.2024 на имя заявителя для индивидуализации услуг 35, 41 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 26.02.2026 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении части заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ. Препятствием для регистрации товарного знака в отношении иной части заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ послужил вывод о его несоответствии требованиям, предусмотренным пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком



иного лица с более ранним приоритетом « » (свидетельство №1012972 с приоритетом от 18.11.2022), зарегистрированным на имя Могилко Светланы Владимировны, 197101, г. Санкт-Петербург, Петроградский р-н., ул. Рентгена, д. 15/31, кв. 23, в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, однородных заявленным услугам 35, 41 классам МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил несогласие с решением Роспатента, обосновав свою позицию отсутствием сходства между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком ввиду имеющихся, по его мнению, фонетических, семантических и графических отличий сравниваемых обозначений, а также отсутствием однородности услуг.

Заявитель утверждает, что заявленное обозначение состоит из словесных элементов «Induktion Marketing», выполненных со стилизацией заглавных букв «I» и «M», оба слова легко читаются.

При этом, по мнению заявителя, значимость доминирующего слова «Induktion» в заявленном обозначении очевидна, оно занимает центральное место, занимает большую площадь, определяет семантическое воспроизведения знака и его различительную характеристику. Значимость доминирующего слова «Аркетинг» в противопоставленном товарном знаке также очевидна, поскольку он охраняется в его составе как словесный элемент.

Визуальное сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака отсутствует: изображения существенно различаются по цвету, стилю, оформлению и общему впечатлению, выглядят совершенно по-разному, не вызывают ассоциаций друг с другом.

Также заявитель отмечает, что отсутствуют совпадения по фонетическому сходству. Произношение существенно различается, несмотря на наличие общего слова «Marketing/Маркетинг», эти слова имеют явное различное фонетическое произношение «ма-ке-тин» (английское) и «мар-ке-тинг» (кириллица), при этом в заявленном обозначении у слова «Marketing» явное звучание, а в противопоставленном товарном знаке «Аркетинг» звучание «маркетинг» только

ассоциативное. При этом слова «Marketing» и «Маркетинг» имеют одно значение, однако являются общеупотребимым термином для 35, 41 классов МКТУ, в связи с чем не могут индивидуализировать услуги заявителей. Отличительное фонетическое произношение в элементах «ММ» и «Induktion» усиливает различие.

Заявитель обращает внимание на отсутствие семантического сходства. При общем прочтении обозначений «ММ Аркетинг» и «Induktion Marketing» имеется частичное смысловое сходство ввиду наличия общеупотребительного слова «маркетинг» в составе заявленного обозначения и возможным ассоциативным прочтением в составе противопоставленного товарного знака «ММ Аркетинг», но оно не может быть основанием для сходства обозначений, поскольку является общеупотребительным термином и не может индивидуализировать услуги заявителей.

Присутствие дополнительного семантически доминирующего элемента «Induktion» в заявленном обозначении «Induktion Marketing», означающем специфическую концепцию, технологию или методологию маркетинга, и выделение доминирующего элемента «Аркетинг» в противопоставленном товарном знаке как фантазийного наиболее запоминающегося текстового элемента, не имеющего смыслового прочтения, придают каждому обозначению собственное уникальное смысловое значение.

Заявитель обращает внимание коллегии, что определение сходства обозначений по отдельным элементам без учета значимости этих элементов в каждом обозначении и влияния этих элементов на восприятие обозначения в целом противоречит законодательству, что подтверждается судебной практикой (решения Суда по интеллектуальным правам по делам №СИП-443/2022, №СИП-102/2019, №СИП-564/2019).

Таким образом, заявитель указывает на то, что сравниваемые обозначения не являются сходными по фонетическому, семантическому, графическому критериям оценки, а также при детальном исследовании элементов обозначений сходство обозначений ни по доминирующим, ни по второстепенным признакам не выявлено, общее восприятие знаков существенно различается.

Заявитель не может согласиться с решением о регистрации заявки №2024881483 в рамках только ограниченного перечня услуг 35, 41 классов МКТУ, в частности, ограниченный перечень видов деятельности внутри классов МКТУ не предоставляет правовую охрану обозначению в направлении обучения и академии, в связи с чем заявитель просит расширить перечень услуг 35, 41 классов МКТУ.

Доводы возражения сопровождается копия обложки книг и текстовой части книг «INDUKTION MARKETING» и «Трейд маркетинг».

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (09.11.2024) поступления заявки № 2024881483 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 подпункта 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 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.

В соответствии с положениями пункта 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 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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; расположения 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.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер

изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, 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).

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака для индивидуализации

услуг 35, 41 классов МКТУ обозначение «» по заявке №2024881483 с приоритетом от 09.11.2024 является комбинированным, выполнено заглавными буквами красного цвета латинского алфавита в две строки, включает в состав словесные элементы «ARKETING» и «INDUKTION» и изобразительный элемент красного цвета в виде трех вертикальных прямоугольников, над первым из которых расположен горизонтальный прямоугольник, и расположенных между ними двух четырехугольников.

Отказ в государственной регистрации в качестве товарного знака обозначения

«» по заявке №2024881483 в отношении части заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ основан на выводе о несоответствии этого обозначения

требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием сходства до степени смешения в отношении однородных услуг между этим обозначением и противопоставленным товарным знаком с более ранним приоритетом



« » (свидетельство №1012972 с приоритетом от 18.11.2022) в отношении однородных услуг 35, 41 классов МКТУ.

Необходимо отметить, что при сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Коллегией установлено, что заявленное комбинированное обозначение



« » включает в состав словесные элементы «ARKETING» и

«NDUKTION», выполненные в две строки заглавными буквами латинского алфавита красного цвета, и изобразительный элемент, представляющий собой стилизованное изображение букв «I» и «M».



В свою очередь противопоставленный товарный знак «» (свидетельство №1012972) является комбинированным, включает в состав словесный элемент «АРКЕТИНГ», выполненный заглавными буквами кириллического алфавита лилового цвета, и изобразительный элемент в виде круга лилового цвета, внутри которого расположены буквенные элементы «ММ» белого цвета. Буквы «ММ» являются неохраняемыми элементами товарного знака.

Следует констатировать, что сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака обусловлено фонетическим сходством входящих в их состав словесных элементов «ARKETING» – «АРКЕТИНГ», а именно наличием совпадающих и сходных звуков и звуко сочетаний в сравниваемых обозначениях, местом совпадающих и сходных звуко сочетаний в составе обозначений. Приведенный заявителем довод о различном прочтении указанных словесных элементов в английском и русском языках не может быть принят коллегией, поскольку данные словесные элементы не являются лексическими единицами указанных языков.

Коллегия отмечает, что оригинальное графическое исполнение включенного в состав заявленного обозначения изобразительного элемента красного цвета в виде трех вертикальных прямоугольников, над первым из которых расположен горизонтальный прямоугольник, и расположенных между ними двух четырехугольников, не позволяет однозначно определить данный элемент, как сочетание букв «IM», вследствие чего указанный элемент рассматривается коллегией как изобразительный. При этом словесные элементы заявленного обозначения выполнены буквами меньшего размера, чем изобразительный элемент, а кроме того, словесный элемент «NDUKTION» расположен на второй строке, в связи с чем заявленное обозначение будет восприниматься потребителем как представляющее

собой сочетание изобразительного элемента и словесных элементов «ARKETING», «NDUKTION».

Кроме того, коллегия отмечает, что ввиду отсутствия смыслового значения включенных в состав заявленного обозначения словесных элементов «ARKETING», «NDUKTION», они не имеют между собой семантической связи, что обуславливает их восприятие потребителем как самостоятельных элементов, в частности, включение в состав заявленного обозначения самостоятельного словесного элемента «ARKETING».

Включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «ARKETING» и словесный элемент противопоставленного товарного знака «АРКЕТИНГ» отсутствуют в качестве лексических единиц какого-либо языка, являются фантазийными словами, следовательно, не представляется возможным провести их сопоставительный анализ по семантическому критерию сходства.

В этой связи основными факторами сходства, обуславливающими восприятие сравниваемых обозначений, выступают фонетический и графический критерии.

Сравниваемые обозначения имеют ряд визуальных отличий, выразившихся во включении в состав заявленного обозначения изобразительного элемента красного цвета в виде трех вертикальных прямоугольников, над первым из которых расположен горизонтальный прямоугольник, и расположенных между ними двух четырехугольников, и включении в состав противопоставленного товарного знака круга лилового цвета, внутри которого расположены неохранные буквенные элементы «ММ» (представляют собой простые буквы, не обладающие словесным характером), однако, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. Такими элементами в заявленном обозначении являются словесные элементы «ARKETING», «NDUKTION», а в противопоставленном товарном знаке подобным элементом является словесный элемент «АРКЕТИНГ».

Изложенные обстоятельства обуславливают вывод о высокой степени сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия, поскольку сравниваемые обозначения включают фонетически сходные словесные элементы.

В части анализа однородности услуг заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №1012972 следует отметить, что услуги 41 класса МКТУ *«воспитание; образование; организация культурно-просветительных мероприятий; академии [обучение]; видеосъемка; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; перевод устный; передача ноу-хау [обучение]; переподготовка профессиональная; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; шоу-программы; организация вебинаров; услуги консультационные и информационные, связанные с подготовкой, координацией и организацией коллоквиумов, конференций, конгрессов, семинаров, симпозиумов или вебинаров»,* в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак по свидетельству №1012972,

признаны однородными части услуг 41 класса МКТУ, в отношении которых заявлено на регистрацию в качестве товарного знака обозначение по заявке №2024881483, а именно: *«академии [обучение]; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; обучение заочное; обучение; производство фильмов, за исключением рекламных; монтирование теле- и радиопрограмм; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конференций; организация и проведение конгрессов; предоставление информации в области образования; проведение экзаменов; организация выставок с культурно- просветительной целью; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; дублирование; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; монтаж видеозаписей; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; видеосъемка; микрофильмирование; услуги репетиторов [обучение]; переподготовка профессиональная; выпуск музыкальной продукции; услуги образовательные, предоставляемые школами; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; тьюторинг; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; написание теле- и киносценариев; обучение при помощи симуляторов; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; передача ноу-хау [обучение]; услуги по оказанию образовательной помощи лицам с индивидуальными потребностями; создание фильмов, за исключением рекламных; услуги медиатек; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации; исследования в области образования; производство подкастов; предоставление онлайн-изображений, не загружаемых»,* поскольку они либо идентичны, либо соотносятся как род-вид, имеют одно назначение, круг потребителей и условия сбыта.

Вместе с тем коллегия отмечает, что услуги 35 класса МКТУ *«помощь в управлении бизнесом; консультации по вопросам организации и управления бизнесом;*

исследования в области бизнеса; услуги консультационные по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса», в отношении которых заявленному на регистрацию в качестве товарного знака обозначению по заявке №2024881483 было отказано в регистрации, не являются однородными услугам 35 класса МКТУ *«служба офисная; прокат офисного оборудования и аппаратов»,* в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак по свидетельству №1012972, поскольку они имеют разное назначение, круг потребителей и условия сбыта, относятся к иной сфере деятельности – менеджерским и консультативным услугам в сфере бизнеса.

Также коллегия отмечает, что услуги 41 класса МКТУ *«публикации с помощью настольных электронных издательских систем; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; макетирование публикаций, за исключением рекламных»,* в отношении которых заявленному на регистрацию в качестве товарного знака обозначению по заявке №2024881483 было отказано в регистрации, не являются однородными указанным выше услугам 41 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак по свидетельству №1012972, поскольку они имеют разное назначение, круг потребителей и условия сбыта, относятся к иной сферам деятельности – издательским услугам.

Что касается изложенной заявителем просьбы о внесении изменений в заявленное обозначение, то данная просьба не может быть удовлетворена в соответствии с пунктом 2 статьи 1497 Кодекса, поскольку представленные дополнительные материалы, а именно изображение обозначения, изменяют заявленное обозначение по существу, меняя его восприятие в целом и его основных элементов. Также коллегия обращает внимание заявителя, что административный орган ранее рассматривал указанную просьбу заявителя, в удовлетворении которой было отказано, о чем в адрес заявителя была направлена корреспонденция от 25.02.2026.

Относительно просьбы заявителя о расширении перечня услуг 41 класса МКТУ в части позиций *«написание текстов, предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу», предоставление онлайн незагружаемых*

видеоматериалов» и 35 класса МКТУ в части позиций «услуги в области общественных отношений, услуги рекламных агентств, услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса», коллегия сообщает, что данная просьба не может быть удовлетворена в соответствии с пунктом 2 статьи 1497 Кодекса, поскольку данные услуги не указаны в заявке на дату ее подачи.

Также коллегия отмечает, что приведенные решения Суда по интеллектуальным правам по делам №СИП-443/2022, №СИП-102/2019, №СИП-564/2019 не могут выступать в качестве убедительного мотива в обоснование возможности регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, поскольку относятся к рассмотрению иных споров по обозначениям, существенно отличающимся от заявленного, и для рассмотрения настоящего возражения не имеют преюдициального значения.

Таким образом, установленная высокая степень сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №1012972 при наличии высокой степени однородности части услуг 41 классов МКТУ, для сопровождения которых предназначены сравниваемые обозначения, приводит к выводу об обоснованности доводов экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении части заявленных услуг 41 класса МКТУ.

Между тем, отсутствие однородности услуг 35 класса МКТУ и части услуг 41 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №1012972 позволяет исключить вероятность их смешения в гражданском обороте в отношении услуг 35 класса МКТУ и части услуг 41 класса МКТУ, что свидетельствует о возможности изменения оспариваемого решения административного органа и регистрации товарного знака по заявке №2024881483 для услуг 35 класса МКТУ *«помощь в управлении бизнесом; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; исследования в области бизнеса; услуги консультационные по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса»* и услуг 41 класса МКТУ *«публикации с помощью настольных*

электронных издательских систем; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; макетирование публикаций, за исключением рекламных».

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

удовлетворить возражение, поступившее 20.04.2026, изменить решение Роспатента от 26.02.2026 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024881483.