

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом 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, рассмотрела поступившее 20.04.2026 возражение индивидуального предпринимателя Стихина А.Е., г. Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024797181 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Обозначение по заявке № 2024797181 было заявлено на государственную регистрацию в качестве товарного знака с приоритетом от 30.08.2024 на имя заявителя в отношении услуг 35, 36, 41 и 42 классов МКТУ.

Согласно материалам заявки заявленное обозначение представляет собой

словесное обозначение **DECODERS**, выполненное буквами латинского алфавита.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 26.02.2026 о государственной регистрации товарного знака. Отказ в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении части услуг 35 класса МКТУ, а именно «исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; маркетинг; маркетинг влияния; написание рекламных текстов; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров через лидеров мнений;

профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги лидогенерации; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств», мотивирован в заключении по результатам экспертизы несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что заявленное обозначение является сходным до степени смешения в отношении однородных

DECO DER

услуг 35 класса МКТУ с товарным знаком

по свидетельству № 371689, имеющим более ранний приоритет и охраняемым на имя другого лица.

При этом экспертизой было принято во внимание то обстоятельство, что решением Суда по интеллектуальным правам от 27.11.2025 по делу № СИП-610/2025 правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству № 371689 была досрочно прекращена, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «изучение рынка, исследования в области маркетинга, агентства по импорту-экспорту, агентства по коммерческой информации; продвижение товаров [для третьих лиц], в том числе через сеть Интернет, помощь в управлении промышленными или коммерческими предприятиями; организация выставок и торговых ярмарок в коммерческих и рекламных целях».

Однако было отмечено, что данная регистрация товарного знака продолжает действовать, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «сбор для третьих лиц различных товаров (за исключением транспортировки) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями через сети оптовой и розничной торговли; снабженческие услуги для третьих

лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; демонстрация товаров», которые являются однородными части услуг 35 класса МКТУ, приведенных в заявке, для которых и было отказано в предоставлении правовой охраны заявленному обозначению.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 20.04.2026 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 26.02.2026.

Доводы возражения по своему существу сводятся только лишь к тому, что решением Суда по интеллектуальным правам от 27.11.2025 по делу № СИП-610/2025 правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству № 371689 была досрочно прекращена именно в отношении соответствующих услуг 35 класса МКТУ, признанных судом однородными деятельности истца (оказываемым им услугам), то есть заявителя по рассматриваемой заявке, а именно его деятельности по развитию брендов в сфере строительства и недвижимости и услугам маркетинга и анализа данного рынка.

В этой связи заявителем в возражении отмечается, что в указанном судебном акте в отношении оставшихся в противопоставленной регистрации товарного знака услуг 35 класса МКТУ, а именно «сбор для третьих лиц различных товаров (за исключением транспортировки) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями через сети оптовой и розничной торговли; снабженческие услуги для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; демонстрация товаров», судом был сделан прямой вывод об отсутствии у них однородности с вышеуказанной деятельностью заявителя (оказываемыми им услугами) в сфере маркетинга, то есть, следовательно, и с частью услуг 35 класса МКТУ, приведенных в заявке, для которых и было отказано в предоставлении правовой охраны заявленному обозначению.

На основании изложенного в возражении заявителем была выражена просьба об изменении решения Роспатента и регистрации заявленного

обозначения в качестве товарного знака в отношении всех приведенных в заявке услуг, в том числе всех услуг 35 класса МКТУ, собственно, с учетом вышеупомянутого вывода суда о неоднородности соответствующих услуг.

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

С учетом даты подачи заявки (30.08.2024) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с абзацем 1 и 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 пунктом 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.

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).

Заявленное обозначение представляет собой выполненное буквами

латинского алфавита словесное обозначение

DECODERS

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению в качестве товарного знака с приоритетом от 30.08.2024 испрашивается, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; маркетинг; маркетинг влияния; написание рекламных текстов; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров через лидеров мнений; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги лидогенерации; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств».

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 371689 с более ранним приоритетом от 03.12.2007 представляет собой также выполненное буквами латинского алфавита словесное обозначение

DECO DER

Данный товарный знак охраняется на имя другого лица, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Вывод экспертизы о сходстве заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака (в силу наличия у них крайне близких составов звуков и совпадающих звукосочетаний, близких к фонетическому тождеству) заявителем в возражении никак не оспаривается, поэтому подробный его анализ не требуется.

Что касается решения Суда по интеллектуальным правам от 27.11.2025 по делу № СИП-610/2025, на основании которого правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству № 371689 была досрочно прекращена, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «изучение рынка, исследования в области маркетинга, агентства по импорту-экспорту, агентства по коммерческой информации; продвижение товаров [для третьих лиц], в том числе через сеть Интернет, помощь в управлении промышленными или коммерческими предприятиями; организация выставок и торговых ярмарок в коммерческих и рекламных целях», то следует обратить внимание на следующие обстоятельства.

Данная регистрация товарного знака действительно продолжает действовать, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «сбор для третьих лиц различных товаров (за исключением транспортировки) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями через сети оптовой и розничной торговли; снабженческие услуги для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; демонстрация товаров».

При этом, согласно вышеуказанному судебному акту, правовая охрана противопоставленного товарного знака была досрочно прекращена в отношении соответствующих услуг 35 класса МКТУ, признанных судом однородными деятельности истца (оказываемым им услугам), то есть заявителя по рассматриваемой заявке, а именно его деятельности по развитию брендов в сфере строительства и недвижимости и услугам маркетинга и анализа данного рынка.

Относительно оставшихся в противопоставленной регистрации товарного знака услуг 35 класса МКТУ «сбор для третьих лиц различных товаров (за исключением транспортировки) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями через сети оптовой и розничной торговли; снабженческие услуги для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» судом действительно был сделан прямой вывод

об отсутствии у них однородности с вышеуказанной деятельностью заявителя (оказываемыми им услугами) в сфере маркетинговых исследований.

Исходя из данного вывода суда коллегия сочла возможным признать отсутствие однородности у услуг 35 класса МКТУ «сбор для третьих лиц различных товаров (за исключением транспортировки) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями через сети оптовой и розничной торговли; снабженческие услуги для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», для которых охраняется противопоставленный товарный знак, с одной стороны, с услугами 35 класса МКТУ «исследования маркетинговые; маркетинг; маркетинг влияния; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; разработка маркетинговых концепций», для которых испрашивается регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака, с другой стороны.

Вместе с тем, в отличие от вышеуказанных услуг, действительно признанных судом неоднородными, для других оставшихся в противопоставленной регистрации товарного знака услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров» судом, вопреки ошибочному мнению заявителя в возражении, никакие выводы об их неоднородности не делались (см. абзац четвертый сверху на странице 6-ой решения суда).

Так, напротив, услуги 35 класса МКТУ «демонстрация товаров», для которых охраняется противопоставленный товарный знак, с одной стороны, и услуги 35 класса МКТУ «консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; написание рекламных текстов; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров через лидеров мнений; публикация рекламных текстов; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги лидогенерации; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств», для которых испрашивается

регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака, с другой стороны, очевидным образом являются именно однородными, так как все они относятся к одной и той же общей родовой группе услуг (услуги продвижения товаров), имеют одинаковые назначения (стимулирование сбыта товаров) и один и тот же круг профессиональных потребителей (производители товаров или торговые компании, нуждающиеся в доведении информации об их товарах до конечных потребителей), а также являются взаимодополняемыми, поскольку все мероприятия по продвижению и рекламе товаров обязательно сопровождаются эффективной целевой демонстрацией этих товаров конечным потребителям.

Таким образом, в результате сопоставления соответствующих перечней услуг 35 класса МКТУ усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности вышеуказанных (однородных) услуг, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) знаки, одному лицу, оказывающему услуги. Следовательно, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак являются сходными до степени смешения в отношении вышеуказанных однородных услуг 35 класса МКТУ.

Принимая во внимание указанные выше обстоятельства, коллегия не располагает какими-либо основаниями, опровергающими вывод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении услуг 35 класса МКТУ «консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; написание рекламных текстов; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров через лидеров мнений; публикация рекламных текстов; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги лидогенерации; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств».

В свою очередь, напротив, не имеется каких-либо оснований для признания заявленного обозначения не соответствующим требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении услуг 35 класса МКТУ «исследования маркетинговые; маркетинг; маркетинг влияния; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; разработка маркетинговых концепций».

Учитывая 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 № 2024797181.