Приложение
к решению Федеральной службы по интеллектуальной собственности

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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поданное 16.10.2025, Обществом с ограниченной ответственностью "МАКСИМА ГРУПП", Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1058375, при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак « familylook » по заявке № 2024703121, поданной 17.01.2024, зарегистрирован 23.10.2024 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 1058375 на имя Наджафова Зульфугара Назима Оглы, г. Воронеж (далее – правообладатель), в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В поступившем 16.10.2025 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении, выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №1058375 произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, полагает, что оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с принадлежащими ему товарными знаками

«familia», «familia», «familia Бренды, свободные от цен!», «familia», «Familia», «Familia Бренды, свободные от цен!», «familia» по свидетельствам №№ 949609, 544374, 584895, 539958, 1042526, 1041521, 543832. Знаки лица, подавшего возражение, включают словесный элемент «familia»;

- лицо, подавшее возражение, является одним из крупнейших розничных ритейлеров России формата офф-прайс. В составе сети более 440 магазинов в 120 городах России;

- оспариваемый товарный знак воспринимается как состоящий из двух частей «family» - с англ. – «семья, фамилия», транслитерация [фамили];«look» - с англ. – «внешний вид, наружность», транслитерация [лук];

- противопоставленные товарные знаки «familia» образуют серию, связанную между собой наличием доминирующего элемента – слова familia, выполненного оригинальным шрифтом буквами белого цвета на фиолетовом фоне. В переводе с латыни – «семья, семейство», транслитерация [фамилия];

- по фонетическому критерию совпадает большинство звуков/звукосочетаний: ФАМИЛИА – ФАМИЛИЛУК;

- сравниваемые обозначения имеют общее зрительное впечатление, совпадает вид шрифта;

- заложенные в обозначениях понятия и идеи имеют высокую степень сходства в связи с совпадающим значением «семья, фамилия»;

- перечни услуг 35 класса МКТУ совпадают или однородны;

- регистрация оспариваемого товарного знака способна ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги;

- лицо, подавшее возражение вкладывало значительные ресурсы на продвижение торговой сети «familia», что подтверждается представленными материалами. Общая сумма затрат на рекламу, согласно лишь представленным материалам, за 2021 год составила 47 747 124,94 руб., за 2022 год составила 70 426 151,82 руб., за 2023 год составила 67 946 756,46 руб.;

- география размещения товарных знаков включает 91 город России, включая все города-миллионники: Москва, Зеленоград, Красногорск, Пушкино, Сергиев Посад, Видное, Чехов, Лобня, Щелково, Клин, Мытищи, Люберцы, Серпухов, Ногинск, Московский, Коломна, Подольск, Реутов, Дмитров, Мурино, Выборг, Гатчина, Кингисепп, Кириши, Волхов, Стерлитамак, Дзержинск, Набережные Челны, Красноярск, Омск, Барнаул, Калининград, Мурманск, Псков, Томск, Курск, Белгород, Энгельс, Губкин, Старый Оскол, Тюмень, Нижний Тагил, Курган, Йошкар-Ола, Чебоксары, Ульяновск, Тольятти, Астрахань, Сочи, Петрозаводск, Калуга, Тула, Обнинск, Новосибирск, Екатеринбург, Новокузнецк, Нижневартовск, Самара, Челябинск, Саранск, Магнитогорск, Ижевск, Пермь, Уфа, Волгоград, Волжский, Архангельск, Великий Новгород, Оренбург, Иваново, Кемерово, Сургут, Ярославль, Тамбов, Орел, Рязань, Брянск, Ростов-на-Дону, Смоленск, Саратов, Армавир, Новороссийск, Ставрополь, Воронеж, Липецк, Владимир, Тверь, Нижний Новгород, Казань, Пенза, Краснодар.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать правовую охрану товарного знака по свидетельству №1058375 недействительной полностью.

К возражению приложены:

1. Распечатки страниц сайта https://famil.ru;
2. Распечатки перевода слова «family» https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus/557741/family, слова «familia» https://translate.academic.ru/familia/la/ru/;
3. Распечатки интернет-страниц с примерами использования в обиходе словосочетания «family look» / «фэмили лук»;
4. Материалы об интенсивном использовании товарных знаков лица, подавшего возражение.

Правообладатель, уведомленный надлежащим образом о поступившем возражении, свой отзыв не представил, на заседаниях по рассмотрению возражения, состоявшихся 10.12.2025, 12.01.2026 отсутствовал.

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

С учетом даты (17.01.2024) приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №1058375 правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный 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).

Как следует из требований подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или 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 случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

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 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 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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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.

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.

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 пункте 42 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).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

Заинтересованность лица, подавшего возражение, обусловлена тем, что данное лицо является правообладателем товарных знаков «familia», «familia», «familia Бренды, свободные от цен!», «familia», «familia», «familia Бренды, свободные от цен!», «familia» по свидетельствам №№ 949609, 544374, 584895, 539958, 1042526, 1041521, 543832 с более ранним приоритетом, с которыми оспариваемый товарный знак, по мнению лица, подавшего возражение, является сходным до степени смешения. Кроме того, лицо, подавшее возражение, указывает, что регистрация оспариваемого товарного знака на имя Наджафова Зульфугара Назима Оглы способна ввести потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары. Указанное позволяет признать лицо, подавшее возражение, заинтересованным в подаче настоящего возражения против

предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1058375 на основании пунктов 6 (2) и 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Оспариваемый товарный знак «familylook» по свидетельству №1058375 представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из фиолетового прямоугольника, на фоне которого расположен словесный элемент "familylook", выполненный буквами латинского алфавита. Правовая охрана знака действует в отношении услуг 35 класса МКТУ.

В своем возражении лицо, его подавшее, утверждает, что оспариваемая регистрация противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку сходна до степени смешения с принадлежащими ему знаками:

«familia» по свидетельству №949609 [1], «familia» по свидетельству №544374 [2], «familia Бренды, свободные от цен!» по свидетельству № 584895 [3], «familia» по свидетельству №539958 [4], «Familia» по свидетельству №1042526 [5], «Familia Бренды, свободные от цен!» по свидетельству №1041521 [6], «familia» по свидетельству №543832 [7]. Знаки [1-3, 5-7] действуют в отношении услуг 35 класса МКТУ. Товарный знак [4] зарегистрирован в отношении товаров 28 класса МКТУ.

Сравнительный анализ сходства оспариваемого товарного знака по свидетельству №1058375 и противопоставленных ему товарных знаков [1-7] показал следующее.

Относительно фонетического критерия сходства следует отметить следующее.

Оспариваемый товарный знак может иметь произношение [ФА-МИ-ЛИ-ЛУК] и состоит из 10 букв и 9 звуков. Основной словесный элемент противопоставленных знаков может иметь произношение [ФА-МИ-ЛИ-А] и состоит из 7 букв и 7 звуков. Фонетически сравниваемые обозначения следует признать сходными, поскольку

большинство звуков [Ф, А, М, И, Л, И], 6 из 10, расположенных в одинаковой последовательности, имеют тождественное звучание.

Анализ словарно-справочных источников информации (https://translate.google.com/) показал, что у словесного элемента «familylook» оспариваемого товарного знака отсутствует семантическое значение, следовательно, словесный элемент «familylook» является фантазийным. Указанное, приводит к выводу о невозможности проведения анализа по семантическому критерию.

Графически оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки [1-7] содержат шрифт со сходным начертанием графем, оспариваемый товарный знак и знаки [1-6] имеют общее зрительное восприятия за счет использования сходного шрифта и фиолетового фона, таким образом, сравниваемые знаки графически являются сходными.

На основании проведенного анализа, коллегия приходит к выводу о том, что оспариваемый и противопоставленный товарные знаки являются сходными по фонетическому и графическому критерию сходства, что приводит к выводу о том, что они являются сходными до степени смешения и способны ассоциироваться друг с другом.

Анализ однородности услуг 35 класса МКТУ показал следующее.

Часть оспариваемых услуг 35 класса МКТУ «*абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; ведение автоматизированных баз данных; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда офисного оборудования и аппаратов; аренда фотокопировального оборудования; аудит коммерческий; аудит финансовый; написание резюме для третьих лиц; 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; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения;*

изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; 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; 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 и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы по розничной торговле загружаемой виртуальной одеждой; 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 подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; 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; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; разработка стратегий организации бизнеса, связанных с корпоративной социальной ответственностью; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; 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 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 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 манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; 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 оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; 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 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 рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение

предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» является однородной противопоставленным услугам 35 класса МКТУ «*абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования маркетинговые; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа розничная; продажа розничная ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц, в том числе услуги магазинов и Интернет-магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов;*

регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по оптовой и розничной продаже товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправлений; услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов и/или Интернет-сайтов», в отношении которых действуют противопоставленные товарные знаки [5, 6]. Сравниваемые перечни услуг либо полностью совпадают, либо соотносятся как род-вид услуг (услуги бизнес администрирования, офисная служба, реализация товаров и услуг и их продвижение), имеют одно и то же назначение, условия оказания и круг потребителей.

Часть оспариваемых услуг 35 класса МКТУ «*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; исследования конъюнктурные; исследования*

маркетинговые; изучение общественного мнения; 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; онлайн-сервисы по розничной торговле загружаемой виртуальной одеждой; 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 подписки на газеты для третьих лиц; 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]; 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; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; 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; 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 манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; 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 субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» является однородной противопоставленным услугам 35 класса МКТУ «*продвижение товаров для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по оптовой и розничной продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров, включенные в 35 класс; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправлений; услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов и/или Интернет-сайтов*», в отношении которых действуют знаки [1-3, 7]. Сравниваемые перечни услуг либо полностью совпадают, либо соотносятся как род-вид услуг (реализация товаров и услуг и их продвижение), имеют одно и то же назначение, условия оказания и круг потребителей.

Вместе с тем, следует отметить, что оспариваемый товарный знак действует в отношении услуг 35 класса МКТУ «*организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц*», которые не относятся к общим понятиям управления и администрирования бизнесом, не являются услугами реализации и продвижения товаров, указанных в перечнях противопоставленных знаков [1-7].

Также следует отметить, что противопоставленный товарный знак [4] действует в отношении неоднородных товаров 28 класса МКТУ. Маркированные сходными обозначениями товары и услуги не будут смешаны в гражданском обороте.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия приходит к выводу об обоснованности доводов возражения о сходстве оспариваемого товарного знака по свидетельству №1058375 и противопоставленных товарных знаков [1-3, 5-7] и однородности услуг 35 класса МКТУ (части), в отношении которых они зарегистрированы.

При этом необходимо принять во внимание правоприменительную судебную практику относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров и услуг, сформулированную в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее - Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров/услуг. 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/услуг 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.

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства сравниваемых обозначений и высокая степень однородности части услуг 35 класса МКТУ, для маркировки которых они предназначены. Также коллегией принято во внимание, что противопоставленные товарные знаки образуют серию, объединённую словесным элементом «familia». Указанное является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Таким образом, товарный знак по свидетельству №1058375 не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Коллегия отмечает, что в доводах возражения, лицо его подавшее, ссылается на норму права, предусмотренную пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса, утверждает, что оспариваемый товарный знак способен ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

Сам по себе товарный знак « familylook » по свидетельству №1058375, зарегистрированный в отношении услуг 35 класса МКТУ не содержит сведений, которые бы являлись ложными или вводящими потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

В качестве подтверждения довода о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса, лицом, подавшим возражение, представлена информация о том, что лицо, подавшее возражение, является одним из крупнейших розничных ритейлеров России формата офф-прайс. В составе сети более 440 магазинов в 120 городах России.

Из представленных в материалы дела документов следует, что лицо, подавшее возражение использует обозначение «familia», которое, как следует из вышеизложенного анализа является сходным с оспариваемым товарным знаком.

Вместе с тем, вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров на основании имеющегося опыта. В рамках изложенного, лицом, подавшим возражение, были представлены документы, которые подлежат анализу в рамках рассмотрения настоящего возражения.

В подтверждение длительного использования сходного обозначения лицом, подавшим возражение, известности бренда «Familia» на рынке услуг магазинов по продаже широкого ассортимента товаров, представлены сведения за 2021-2023 гг. [4], которые представляют собой договоры, в частности, с АО «МЕДИА-

ИНСТИНКТ», ООО «МУВИ 360», ООО «Юнайтед Партнерс» на размещение рекламы в различных городах Российской Федерации, в которых лицо, подавшее возражение, является заказчиком; распечатки-примеры наружной рекламы, медиа-планы размещения рекламно-информационных материалов (далее - РИМ), в глобальной сети интернет; распечатки-примеры рекламы в Интернет сети.

Коллегия отмечает, что вышеуказанные сведения не доказывают фактического оказания лицом, подавшим возражение, услуг однородных оспариваемым услугам 35 класса МКТУ. В материалы возражения не представлены сведения об оказании каких-либо услуг именно лицом, подавшим возражение, в связи с чем, невозможно прийти к выводу об объёмах реализуемой продукции/оказанных услугах лицом, подавшим возражение, до даты приоритета оспариваемого товарного знака. В отсутствие сведений о фактически оказанных услугах, коллегии не представляется возможным сделать вывод об известности обозначения, используемого лицом, подавшим возражение.

Также не было представлено и данных социологического опроса, который бы подтверждал доводы лица, подавшего возражение, о введении потребителя в заблуждение относительно производителя товаров.

С учетом сказанного, коллегия не располагает доказательствами несоответствия оспариваемой регистрации положениям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса.

Из вышеизложенного анализа следует, что оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении части услуг 35 класса МКТУ.

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

удовлетворить возражение, поступившее 16.10.2025, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1058375 недействительным частично, а именно: в отношении части услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в

коворкинге; аренда офисного оборудования и 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; аренда фотокопировального оборудования; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; веб-индексация в коммерческих или рекламных целях; ведение автоматизированных баз данных; 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 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; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг посредством размещения продукции для третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы по розничной торговле загружаемой виртуальной одеждой; 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 подписки на газеты для третьих лиц;

организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; 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; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; разработка стратегий организации бизнеса, связанных с корпоративной социальной ответственностью; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама;

реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; 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 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 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 манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; 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 оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими

препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; 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 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 рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса».