

**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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 15.11.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Купол», г. Нижний Новгород (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1051525, при этом установлено следующее.



Оспариваемый товарный знак «  » по заявке №2023743604 с приоритетом от 23.05.2023 зарегистрирован 19.09.2024 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №1051525 в отношении услуг 35, 37, 42 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя Общества с ограниченной ответственностью «КУПОЛХОЛЛ», г. Ижевск (далее - правообладатель).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 15.11.2024 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, указанная регистрация была произведена в нарушение требований пункта 6, пункта 8, пункта 9 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, а также дополнений к возражению, сводятся к следующему:

- лицу, подавшему возражение, принадлежит товарный знак по свидетельству №906438, с датой приоритета 26.08.2021, зарегистрированный в отношении товаров 06, 19 и 22 классов МКТУ, который является сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком;

- услуги 35, 37 и 42 классов МКТУ оспариваемого товарного знака однородны товарам 06, 19, 22 классов МКТУ из перечня противопоставленного товарного знака, поскольку являются сопутствующими;

- риски смешения усиливаются длительностью пребывания правообладателя противопоставленного товарного знака на рынке под спорным обозначением;

- правообладатель противопоставленного товарного знака вышел на рынок и начал использовать спорное обозначение намного раньше, чем ООО «КуполХолл» зарегистрировал оспариваемый товарный знак;

- комбинированный логотип «  **КуполХолл** » и отдельный изобразительный элемент в его составе в виде объемного многоугольника, доменное имя kupolhall.ru, включающее спорное обозначение, начали использоваться правообладателем противопоставленного товарного знака задолго до даты приоритета (23.05.2023) оспариваемого товарного знака;

- сайт и логотип использовались при осуществлении деятельности по проектированию, производству и монтажу каркасных, в том числе купольных, конструкций;

- правообладатель оспариваемого товарного знака выполнял функции фактического дилера компании-правообладателя противопоставленного товарного знака. Ему как дилеру была предоставлена возможность зарегистрировать доменное имя kupolhall.com в целях обеспечения осуществляемой деятельности и популяризации бренда правообладателя противопоставленного товарного знака среди потребителей;

- учитывая обстоятельства дела, сравниваемые товары 06, 19 и 22 классов МКТУ в противопоставленном товарном знаке и услуги 35, 37, 42 классов МКТУ в

оспариваемом товарном знаке [1] , кроме прочего, являются однородными «по факту» ввиду того, что правообладатель противопоставленного товарного знака оказывал подобные услуги, в том числе, и для правообладателя противопоставленного товарного знака, который уже реализовывал (перепродавал) изделия, фактически спроектированные и изготовленные правообладателем оспариваемого товарного знака;

- товары 06, 19, 22 классов МКТУ и услуги 35, 37, 42 классов МКТУ с учетом фактических обстоятельств дела имеют общие каналы сбыта и один и тот же круг потребителей;

- кроме того, исключительное право на фирменное наименование лица, подавшего возражение, возникло значительно раньше даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- ООО «Купол» было создано и зарегистрировано в ЕГРЮЛ - 24 июня 2011 года;

- отдельный словесный элемент «Купол» фирменного наименования лица, подавшего возражение, является сходным до степени смешения с доминирующим словесным элементом «Куполхолл» оспариваемого товарного знака по фонетическому и семантическому факторам сходства;

- виды деятельности лица, подавшего возражение, однородны услугам оспариваемого товарного знака;

- риски смешения сравниваемых обозначений также усиливает наличие у правообладателя противопоставленного товарного знака аффилированного юридического лица - ООО «КуполХолл». Учредителем и руководителем обоих юридических лиц является Гордеев Андрей Михайлович;

- фактически на рынке до даты приоритета оспариваемого товарного знака действовала группа связанных компаний в лице ООО «Купол» и ООО «КуполХолл», которые занимались разработкой, поставкой и монтажом купольных конструкций. При этом при осуществлении деятельности они использовали общий логотип;

- решением Суда по интеллектуальным правам от 06.06.2025г. по делу №СИП-1396/2024 (вступило в законную силу) установлено, что общество «Коломиец



КуполХолл

Групп» (истец в деле) является правообладателем знака обслуживания «» по свидетельству №1051525 с приоритетом от 23.05.2023г., зарегистрированного 19.09.2024г. в отношении услуг 35, 37, в том числе «установка металлоконструкций; монтаж металлоконструкций; строительство зданий из металлоконструкций» и 42 классов МКТУ. При этом указанные услуги являются сопутствующими товарам, для которых зарегистрирован спорный товарный знак « КуполХолл» по свидетельству № 906438, принадлежащий лицу, подавшему возражение;

- также, лицо, подавшее возражение, является правообладателем произведения искусства «», исключительное право на такое произведение возникло ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- ввиду наличия в оспариваемом товарном знаке оригинального объекта, охраняемого авторским правом, принадлежащего ООО «Купол», и отсутствия согласия ООО «Купол» на регистрацию товарного знака, регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству №1051525, кроме прочего, нарушает положения подпункта 1 пункта 9 статьи.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1051525 недействительным полностью.

К возражению и дополнению к нему приложены следующие материалы:

1. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Купол» в 1 экз.;
2. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Купол Холл», связанного с лицом, подавшим возражение, в 1 экз.;
3. Копия свидетельства о регистрации доменного имени kupolhall.ru на 1л. в 1 экз.;
4. Сведения из Государственного реестра в отношении товарного знака № 906438 лица, подавшего возражение в 1 экз.;

5. Копия архивной страницы сайта ООО «Купол» <https://web.archive.org/web/20130522233625/http://kupolhall.ru/> по состоянию на 22 мая 2013;

6. Копия налоговой декларации ООО «Купол» за 2011 год с эмблемой в виде изобразительного элемента оспариваемого товарного знака (многогранная сфера) на печати в 1 экз.;

7. Копия товарно-транспортной накладной за 24.08.2018г. с эмблемой в виде изобразительного элемента оспариваемого товарного знака (многогранная сфера) на печати в 1 экз.;

8. Копия договора № 4 с ООО «ЭкоГрад» на изготовление и монтаж каркасно-купольной конструкции от 22.06.2015г. с актами выполненных работ в 1 экз.;

9. Копия договора с ООО «Туристско-информационный центр Казани» № 8 от 25.04.2017г. с товарной накладной в 1 экз.;

10. Копия акта об оказанных услугах № 18 от 31.12.2015г. по изготовлению, размещению и демонстрации рекламы «Первый развлекательный СТС» в 1 экз.;

12. Копии товарных накладных с ООО «КОНСТА» о поставке купольных конструкций;

13. Копия договора № KUPFD-0106 от 01.06.2019г. с ООО «Фуллдом Энджиниринг» с актами в 1 экз.;

14. Копия договора № ФДК-0308 от 03.08.2020г. с ООО «Фуллдом Энджиниринг» с актами и УПД в 1 экз.;

15. Копии УПД на поставку товара с ООО «Фуллдом Энджиниринг» в 1 экз.;

16. Копия договора № ФДК-0207 от 02.07.2020г. с ООО «Фуллдом Энджиниринг» с актами и УПД в 1 экз.;

17. Копии платежных поручений (выборочно) за 2018-2020гг. между ООО «Купол» и владельцем оспариваемой регистрации за изготовление, проектирование и поставку купольных конструкций;

18. Копия договора подряда № 16082022/1 от 16.08.2022г. на проектирование и производство сборно-разборных купольных конструкций с копиями платежных поручений к нему в 1 экз.;

19. Копия договора подряда № 2507.24 от 25.07.2024г. с УПД в 1экз.;
20. Копия УПД 2021-2022гг. с ООО «Фуллдом Энджиниринг» в 1 экз.;
21. Копия договора № 04/04/2023 от 04.04.2023г. с УПД в 1 экз.;
22. Копии УПД между ООО «Купол» и правообладателем о выполнении работ, поставках товаров за 2022 год (выборочно) в 1 экз.;
23. Копия решения о переименовании ООО «Витамин-3» в ООО «Купол» в 1экз.;
24. Копия договора подряда № 14/02/2023 от 14.02.2023г. и УПД от 30.03.2023г., 13.04.2023г. в 1 экз.;
25. Копия муниципального контракта от 04.04.23г. № 0801300016323000012-1 с документом о приемке от 19.05.2023г. в 1экз.;
26. Копии УПД между правообладателем и лицом, аффилированным заявителю возражения;
27. Копия выписки по лицевому счету лица, подавшего возражение, январь - декабрь 2021г. в 1 экз.,
28. Копии УПД и технических заданий к ним между правообладателем товарного знака и лицом, подавшим возражение в 1 экз.;
30. Копия веб-архивной страницы <https://web.archive.org/web/20240920011231/kupolhall.ru/> сайта лица, подавшего возражения, на дату 20.09.2024г;
31. Решение Суда по интеллектуальным правам № СИП - 1396/2024;
32. Договор об отчуждении исключительного права на произведение от 30.01.2012;
33. Образцы деловой переписки заявителей возражения с правообладателем оспариваемого товарного знака (выборочно);
34. Договор № 59 от 14.01.2019г. между обществом «Коломиец Групп» (далее - правообладатель) и заявителем возражения - обществом «Купол» на изготовление металлоконструкций;
35. Выписка операций по лицевому счету общества «Коломиец Групп» за 2019г., из которой следует, что общество приобретало продукцию (купольные

металлоконструкции) для последующей реализации по договорам со своими контрагентами у заявителя – общества «Купол»;

36. Договор № 10/01/2023-ВТ от 10.01.2023г. правообладателя с контрагентом на разработку рабочей документации, производство, поставку и монтаж сборно-разборного сооружения конструкции общественного шатра;

37. Договор подряда № 10/03/2021 от 10.03.2021г. правообладателя с контрагентом на производство, поставку и монтаж сборно-разборных сооружений туристической базы - «глэмпинга»;

38. Договор № 23122022 от 23.12.2022г. правообладателя с контрагентом на поставку сборно-разборной конструкции (сцена с помостом);

39. Договор № 16012025/ПР от 16.01.25г. правообладателя с контрагентом на производство металлоконструкций;

40. Договор от 05.09.2023г. правообладателя с контрагентом на изготовление и поставку металлоконструкций сцены;

41. Договор № 24.02.20 от 24.02.2020г. правообладателя с контрагентом на поставку и монтаж комплекта оборудования для работы цифрового планетария, в том числе геокаркаса экрана.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, на заседание коллегии не явился и отзыв по мотивам возражения не представил.

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

С учетом даты (23.05.2023) приоритета товарного знака по свидетельству №1051525 правовая база для оценки его охраноспособности включает 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 июля 2015 г. № 482 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 1 - 5, 8 и 9 статьи 1483 настоящего Кодекса.

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.

Регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в настоящем пункте, допускается только с согласия правообладателя.

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

В соответствии с пунктом 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.

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.

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).

Согласно пункту 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Исходя из положений пункта 9 статьи 1483 Кодекса, не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если его права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Положения настоящего пункта применяются в отношении обозначений, сходных до степени смешения с указанными в нем объектами.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, в частности, предусмотренным подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса может быть подано заинтересованным лицом.

Оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное



обозначение «  », состоящее из изобразительного элемента, в виде объёмного многогранника с треугольными гранями, под которым расположен словесный элемент «КуполХолл», выполненный стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в белом, темно-синем цветовом сочетании, в отношении услуг 35, 37, 42 классов МКТУ.

Лицо, подавшее возражение, указывает на несоответствие оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6, пункта 8 и пункта 9 статьи 1483 Кодекса.

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительной предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

При подаче возражения лицом, его подавшим, были представлены сведения о том, что данное лицо является производителем различных купольных конструкций на металлических каркасах, и, при этом, осуществляет свою деятельность с использованием обозначения «  КуполХолл », а, также, является владельцем объекта авторского права, которое, по мнению лица, подавшего возражение, является сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком, что может привести к введению потребителя в заблуждение относительно этого обозначения.

Кроме того, лицо, подавшее возражение является правообладателем товарного



**КуполХолл**

знака « » по свидетельству №906438, который, по мнению, данного лица, является сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком.

Указанное позволяет коллегии усмотреть заинтересованность ООО «Купол», в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1051525 в отношении услуг 35, 37, 42 классов МКТУ.

Анализ товарного знака по свидетельству №1051525 на предмет его соответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.



**КуполХолл**

Противопоставленный товарный знак « » по свидетельству №906438 [1] является комбинированным, состоящим из словесных элементов «КуполХолл», выполненных стандартным шрифтом буквами русского алфавита, слева от которых расположен изобразительный элемент, в виде объёмного многогранника с треугольными гранями. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 06, 19, 22 классов МКТУ.

Анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака [1] показал, что товарные знаки включают в себя фонетически тождественные словесные элементы «КуполХолл»/«КуполХолл».

Так, фонетическое тождество обусловлено полным совпадением начальных и конечных частей, тождественным составом гласных и согласных звуков, а также их одинаковым расположением по отношению друг к другу.

Что касается семантического фактора сходства, следует отметить следующее.

Анализ словарно-справочных источников показал, что словесный элемент «КуполХолл» отсутствует в специальных общедоступных словарно-справочных источниках, следовательно, оспариваемый товарный знак и противопоставленный товарный знак [1] являются фантазийными, в виду чего, говорить о наличии конкретной семантики у данного обозначения, не прибегая при этом к рассуждениям и домысливанию при его восприятии, не представляется возможным.

На основании указанного сравниваемые обозначения признаны тождественными по фонетическому фактору сходства словесных обозначений.

Что касается визуального признака сходства, то следует отметить следующее.

Сопоставительный анализ оспариваемого и противопоставленного товарного знака [1] показал, что в их состав входят сходные изобразительные элементы –



Сходство обусловлено тем, что в сравниваемых знаках присутствует сходное изображение в виде объёмного многогранника с треугольными гранями.

Сравниваемые изобразительные элементы выполнены в одной графической манере, имеют одинаковое композиционное построение, отличаются только цветовым решением (белый, темно-синий/белый, черный).

Таким образом, сравниваемые обозначения содержат практически тождественные изобразительные элементы, в связи с чем, производят общее зрительное впечатление.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений, наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Вместе с тем, анализ однородности услуг 35, 37, 42 классов МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарному знаку по свидетельству №1051525 и товаров 06, 19, 22 классов МКТУ противопоставленного товарного знака [1], показал следующее.

Правовая охрана оспариваемому товарному знаку предоставлена в отношении общих позиций услуг 35 «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих

лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; 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; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; 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 целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд 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 поручителей; помощь

административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; 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 места для онлайн-продаж покупателям и продавцам 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; пресс-службы; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; 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; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; 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 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; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые 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 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 розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; 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 «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; 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 по оптовой и розничной продаже товаров; торговля оптовая и розничная», 37 «герметизация сооружений [строительство]; изоляция сооружений; консультации по вопросам строительства; лакирование; лужение повторное; монтаж инженерных коммуникаций на строительных площадках; надзор [контрольно-управляющий] за строительными работами; обработка антикоррозионная; предоставление информации по вопросам строительства; работы строительные; работы кровельные; работы плотницкие; строительство; строительство молотов; строительство промышленных предприятий; строительство ярмарочных киосков и павильонов; услуги по ландшафтному дизайну с использованием инертных материалов; установка металлоконструкций; монтаж металлоконструкций; строительство зданий из металлоконструкций», 42 «дизайн интерьерный; исследования в области строительства зданий; консультации по вопросам архитектуры; разработка планов в области строительства; услуги архитектурные; экспертиза инженерно-техническая; разработка архитектурных проектов; разработка строительных проектов» классов МКТУ.

При этом необходимо указать, что правоприменительная практика свидетельствует о том, что при определенных обстоятельствах товары и услуги могут быть признаны однородными между собой, в частности, услуги по реализации конкретных товаров могут быть признаны однородными этим товарам. Данной позиции придерживается Суд по интеллектуальным правам, например, в решении от 05.03.2021 по делу №СИП-243/2020.

Вместе с тем, услуги 35, 37, 42 классов МКТУ оспариваемого товарного знака не содержат каких-либо уточнений по сфере деятельности, в связи с чем, услуги без таких уточнений, по общему правилу, однородными товарам не являются.

Таким образом, данные услуги не могут быть признаны однородными с товарами 06 «конструкции передвижные металлические; конструкции стальные», 19

«палатки торговые», 22 «тенты из синтетических материалов; тенты из текстильных материалов» классов МКТУ противопоставленного товарного знака [1].

В соответствии с изложенным, коллегия не находит оснований для вывода о том, что оспариваемый товарный знак противоречит положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В отношении довода лица, подавшего возражение, о том, что он ведет активную хозяйственную деятельность, является неубедительным, поскольку анализу однородности товаров и услуг подлежат перечни рассматриваемых обозначений, а не деятельность правообладателей анализируемых товарных знаков на рынке товаров и услуг, в связи с чем данный довод не может быть принят коллегией во внимание.

Кроме того, лицо, подавшее возражение, указывает на несоответствие оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

Относительно доводов возражения о несоответствии товарного знака по свидетельству №1051525 требованиям, предусмотренным пунктом 8 статьи 1483 Кодекса, то коллегия отмечает следующее.

С учетом требований пункта 8 статьи 1483 Кодекса несоответствие товарного знака данной норме может быть установлено при наличии совокупности ниже перечисленных признаков:

- обозначение должно быть тождественным или сходным до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием;
- право на фирменное наименование возникло ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака;
- фирменное наименование используется в отношении однородных товаров (услуг).

Из представленных лицом, подавшим возражение, документов усматривается, что собственно наименование обратившегося с возражением юридического лица сходно с оспариваемым товарным знаком. Сходство сравниваемых средств

индивидуализации обусловлено фонетическим и семантическим сходством словесных элементов «Куполхолл»/«Купол».

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака, содержащего словесный элемент «Куполхолл» и противопоставленного средства индивидуализации «Купол» показал, что обозначения включают в себя фонетически сходные словесные элементы «Куполхолл»/«Купол».

Так, фонетическое сходство обусловлено полным вхождением словесного элемента «Купол» противопоставленного средства индивидуализации в оспариваемое обозначение.

Таким образом, сходство сравниваемых обозначений обусловлено фонетическим критерием, ввиду наличия в обозначениях фонетически сходных словесных элементов. Фонетическое сходство выражается в наличии близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, близости звуков, составляющих обозначения, в расположении близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, наличии совпадающих слогов и их расположении, характере совпадающих частей обозначений, вхождении одного обозначения в другое.

Что касается семантического фактора сходства, следует отметить следующее.

Анализ словарно-справочных источников показал, что словесный элемент «Куполхолл» оспариваемого товарного знака отсутствует в общедоступных словарно-справочных источниках, что не позволяет провести оценку по семантическому фактору сходства словесных обозначений.

Вместе с тем, словесный элемент «Куполхолл» оспариваемого товарного знака состоит из двух словесных элементов: «Купол» (пространственное покрытие зданий и сооружений, по форме близкое к полусфере или другой поверхности вращения кривой (эллипса, параболы и т. п.)). Также куполом называют кровлю сфероидной, эллипсоидной или граненой формы с выраженной кривизной, см. <https://ru.ruwiki.ru/>), «холл» (помещение, обычно в общественных зданиях (например, гостиницах, театрах и т. п.), предназначенное для отдыха, ожидания, см. <https://kartaslov.ru/>).

Таким образом, оспариваемый товарный знак и отличительная часть фирменного наименования лица, подавшего возражение включают в свой состав семантически тождественный словесный элемент «Купол», при этом, словесный элемент «Купол» оспариваемого обозначения занимает начальную позицию, и, именно, на нем будет акцентироваться внимание потребителей при восприятии знака, а тогда как, слово «холл», в силу своего семантического значения, является слабым элементом.

На основании указанного сравниваемые обозначения признаны сходными по фонетическому и семантическому факторам сходства словесных обозначений.

Право лица, подавшего возражение, на фирменное наименование ООО «Купол» возникло 24.06.2011, то есть ранее даты приоритета товарного знака по свидетельству №1051525 (23.05.2023) [1].

ООО «Купол» ведет хозяйственную деятельность в области производства металлоконструкций, а также осуществляет деятельность, связанную с их проектированием/разработкой и выполнением монтажно-установочных работ, что соотносится с услугами 35, 37, 42 классов МКТУ оспариваемого товарного знака.

Таким образом, оспариваемый товарный знак препятствует осуществлению ООО «Купол» предпринимательской деятельности.

При этом положения правовых норм не содержат указания на известность собственно наименования юридического лица. То есть для постановки вопроса о неправомерности предоставления правовой охраны товарному знаку достаточно только самого факта более ранней регистрации юридического лица и однородность товаров (услуг).

Действительно, до даты приоритета оспариваемого товарного знака (начиная с 2017 года) лицо, подавшее возражение, выступало в гражданском обороте под своим фирменным наименованием – ООО «Купол» при осуществлении деятельности в области проектирования, изготовления и монтажа купольных конструкций.

Лицом, подавшим возражение, были представлены документы [8-22, 24-26, 34, 36, 37, 38, 40, 41], подтверждающие факты проектирования, производства и установки каркасных конструкций, где лицо, подавшее возражение, является исполнителем и поставщиком.

Все представленные договоры были заключены ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака.

То есть, фактическая деятельность лица, подавшего возражение, связана с производством и продажей купольных конструкций (металлоконструкций), а также предоставлением услуг по их установке, в связи с чем, коллегия пришла к выводу о том, что деятельность лица, подавшего возражение, может быть соотнесена с услугами 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора 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; распространение образцов; распространение рекламных материалов; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги по оптовой и розничной продаже товаров; торговля оптовая и розничная», услугами 37 класса МКТУ «герметизация сооружений [строительство]; изоляция сооружений; консультации по вопросам строительства; лакирование; лужение повторное; монтаж инженерных коммуникаций на строительных площадках; надзор [контрольно-управляющий] за строительными работами; обработка антикоррозионная; предоставление информации по вопросам строительства; работы строительные; работы кровельные; работы плотницкие; строительство; строительство молотов; строительство промышленных предприятий; строительство ярмарочных киосков и павильонов; услуги по ландшафтному дизайну с использованием инертных материалов; установка металлоконструкций; монтаж металлоконструкций; строительство зданий

из металлоконструкций», услугами 42 класса МКТУ «дизайн интерьерный; исследования в области строительства зданий; консультации по вопросам архитектуры; разработка планов в области строительства; услуги архитектурные; экспертиза инженерно-техническая; разработка архитектурных проектов; разработка строительных проектов» оспариваемого товарного знака.

Коллегия отмечает, что однородность услуг, оказываемых лицом, подавшим возражение, и, указанных выше услуг 35, 37, 42 классов МКТУ оспариваемого товарного знака основана на том, что сравниваемые услуги относятся к одному виду (услуги в области производства, строительства и монтажно-установочных работ), имеют сходные характерные особенности, одинаковое назначение, являются взаимозаменяемыми и взаимодополняемыми, имеют один круг потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; 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; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; 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; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных

текстов; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам 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; пресс-службы; проведение коммерческих мероприятий; 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; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; 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 административные по медицинским направлениям; 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; 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги консалтинговые 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 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 розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; 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 «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» оспариваемого товарного знака не могут быть соотнесены с производством, строительством металлоконструкций, а также с монтажными работами, поскольку относятся к услугам в сфере рекламы, менеджмента, управления бизнесом, офисных функций, при этом, указанные услуги не конкретизированы сферой строительства, в связи с чем они не являются однородными с услугами, оказываемыми лицом, подавшим возражение.

Таким образом, деятельность лица, подавшего возражение, не может быть соотнесена с, указанными выше, услугами 35 класса МКТУ.

Резюмируя изложенное, наличие раннего исключительного права у лица, подавшего возражение, на фирменное наименование, собственно наименование юридического лица которого сходно с оспариваемым товарным знаком, и однородность услуг, осуществляемых ООО «Купол», с указанными выше услугами 35, 37, 42 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрирован товарный знак по свидетельству №1051525, дает основания для признания недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1051525 в соответствии с пунктом 8 статьи 1483 Кодекса в отношении данных услуг.

В отношении доводов возражения о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №1051525 произведена в нарушение требований подпункта 1 пункта 9 статьи 1483 Кодекса, необходимо отметить следующее.

Лицом, подавшим возражение, были представлены документы, свидетельствующие о том, что ООО «Купол» является обладателем авторского права на обозначение, право на которое возникло ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №1051525.

Так, лицом, подавшим возражение, были представлены сведения о том, что изобразительный элемент «  » был разработан автором-дизайнером Кончалиным Андреем Сергеевичем и фактически передан ООО «Купол» в 2011 году.

В 2012 году Кончалин А.С. и ООО «Купол» юридически оформили отношения по передаче логотипа и исключительных прав на него, заключив 30.01.2012 соответствующий договор об отчуждении исключительного права на произведение.

Так, был представлен договор, заключенный между ним (приобретателем) и Кончалиным Андреем Сергеевичем (правообладателем) об отчуждении исключительного права на произведение от 30.01.2012 [32].

При этом, в приложении к данному договору был представлен утвержденный логотип «  ».

Таким образом, в соответствии с договором [32] данный логотип был передан заказчику.

Созданное произведение искусства (логотип) «  » и изобразительный элемент «  » оспариваемого товарного знака по свидетельству №1051525 характеризуются тождеством, поскольку композиционно полностью совпадают.

Правовая норма пункта 9 (1) статьи 1483 Кодекса не допускает регистрацию обозначения в качестве товарного знака, которое тождественно или сходно до степени смешения с произведением искусства или его фрагментом без согласия обладателя авторского права.

В деле заявки №2023743604 отсутствует согласие ООО «Купол» на регистрацию спорного обозначения «  **КУПОЛХОЛЛ** » в качестве товарного знака.

Таким образом, ввиду совпадения изобразительной части оспариваемого товарного знака с объектом, охраняемым авторским правом, без согласия его автора – лица, подавшего возражение, коллегия пришла к выводу о том, что регистрация

оспариваемого товарного знака по свидетельству №1051525 была произведена с нарушением положений пункта 9 (1) статьи 1483 Кодекса.

Дополнительно, коллегия указывает, что лицом, подавшим возражение, не было представлено документов, свидетельствующих об известности обозначения «» до даты приоритета оспариваемого товарного знака, однако, согласно обзору практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам, связанным с применением пунктов 2, 4, 5, 8 и 9 статьи 1483 Кодекса, утвержденному постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 20.02.2020 № СП-21/4, в случае использования в товарном знаке всего произведения (произведения искусства или его фрагмента) установления известности такого произведения не требуется (решение Суда по интеллектуальным правам от 14.07.2017 по делу №СИП-159/2017).

Кроме того, коллегия обращает внимание на то, что на заседании коллегий от 24.03.2024 и 25.09.2025 участвовал представитель правообладателя оспариваемого товарного знака, вместе с тем, опровержения доводов возражения о принадлежности авторского права лицу, подавшему возражение, правообладателем представлено не было.

Таким образом, принимая во внимание все обстоятельства дела в совокупности, можно сделать вывод об обоснованности доводов поступившего возражения, и, как следствие, о наличии оснований для его удовлетворения.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 15.11.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1051525 недействительным полностью.**