

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  возражения  заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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 30.04.2020 номер 644/2021, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за номером 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 07.03.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ОРИГАМИ», Республика Башкортостан, город Уфа (далее – заявитель), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №749304, при этом установила следующее.




Оспариваемый товарный знак «» по заявке  
№2018743683 с приоритетом от 09.10.2018 зарегистрирован 04.03.2020 в

Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №749304 в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя Общества с ограниченной ответственностью "АРТОПТИМА", 111024, Москва, ул. 5-я Кабельная, д. 3, корп. 1, этаж 2, кабинет 38 (далее - правообладатель).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 07.03.2025 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №749304, ввиду того что по мнению лица, его подавшего, оспариваемая регистрация была произведена в нарушение требований пунктов 6 (2), 10 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к тому, что лицу, подавшему возражение, принадлежат права на товарные знаки « **ИДЕЯ** », « **IDEA** » по свидетельствам №№174335, 171758, зарегистрированные, в том числе, в отношении

услуг 35 класса МКТУ. Оспариваемый товарный знак «  », по мнению лица, подавшего возражение, является сходным до степени смешения с противопоставляемыми товарными знаками.

В возражении отмечено, что в решении Суда по интеллектуальным правам от 17 июня 2021 г. (дело №СИП-1045/2020) признается неправомерным довод Роспатента о том, что услуга «демонстрация товаров», в отношении которой зарегистрирован товарный знак по свидетельству №174335, относится к рекламе. Суд указал, что услуга «демонстрация товаров» является частью услуг по торговле (реализации товаров), а услуги по демонстрации товаров непосредственно предшествуют продаже (реализации) товаров, поэтому совпадают по назначению, условиям сбыта (оказания), кругу потребителей, являются взаимодополняемыми. В решении Суда по интеллектуальным правам от 21 октября 2021 года (дело №СИП-40/2021) признаются неправомерными выводы Роспатента о том, что услуги

товарного знака №174335 (включая услугу «демонстрация товаров») не содержат услуг по доведению товаров до конечного потребителя и имеют исключительно рекламный характер.

Заявляя основания оспаривания по пункту 10 статьи 1483 Кодекса, лицо подавшее возражение, ссылается на то, что противопоставленный товарный знак по свидетельству №171758 полностью входит в качестве элемента в состав оспариваемого знака, а также основной индивидуализирующий словесный элемент оспариваемого знака сходен с противопоставленным знаком №174335.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 749304 недействительным в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных услугам противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№171758, 174335.

Правообладатель представил отзыв по мотивам возражения и дополнения к нему от 31.07.2025. Доводы отзыва сводятся к следующему.

Правообладатель выражает несогласие с доводами о сходстве сопоставляемых товарных знаков, указывая на следующее:

- обозначения являются фонетически несхожими, так как имеют разное количество слогов, букв и звучание в целом;
- разное визуальное восприятие, которое создается путем наличия или отсутствия изобразительных элементов, положения слов, и написания словесных элементов;
- сравниваемые обозначения имеют разное смысловое значение.

Элемент «vista-artista» является значимым, при этом на имя правообладателя

**VISTA-ARTISTA**

(Виста-артиста)

зарегистрированы товарные знаки «

», « **VISTA-ARTISTA**

», « **VISTA·ARTISTA** », « **idea VISTA-ARTISTA** » по

свидетельствам №№537905, 962437, 1019707, 725586, за счет чего усиливаются отличия сопоставляемых обозначений друг с другом.

Перечень услуг 35 класса МКТУ, для которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, не пересекается с услугами 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы товарные знаки №171758, 174335, по мнению лица, подавшего возражение.

В отзыве сообщается о том, что приведенная судебная практика является нерелевантной, в частности в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.07.2019 по делу №СИП-819/2018, от 19.01.2018 по делу №СИП-314/2017, от 09.02.2018 по делу №СИП-362/2017 отмечается, что для словесных обозначений отличие шрифта не влияет на оценку обозначения. Данные отличия не учитываются при установлении тождества знаков, о чем в сравниваемых обозначениях речи не идет, так как оспариваемый знак является комбинированным.

Судебная практика в отношении услуги «демонстрация товаров», согласно доводам правообладателя, также является неотносимой, так как перечень оспариваемого товарного знака не содержит услуг «демонстрация товаров», «реализация товаров», «реклама», «доведение товаров до конечного потребителя».

С учетом изложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №749304 и оставить его правовую охрану в силе.

Изучив материалы дела, заслушав представителя правообладателя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (09.10.2018) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 482 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации;

2) 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;

3) товарными знаками других лиц, признанными в установленном порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров с даты более ранней, чем приоритет заявленного обозначения.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом

характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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

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

Согласно пункту 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 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.



Оспариваемый комбинированный товарный знак «  
» по свидетельству №749304 с приоритетом от 09.10.2018 состоит из словесных элементов «IDEA» и «Vista-Artista», написанными друг над другом буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарного знака действует в отношении услуг 35 класса МКТУ.

**ИДЕЯ**

Противопоставленный товарный знак [1] «  
» по свидетельству № 174335 с приоритетом от 17.09.1996 является словесным, выполнен буквами русского алфавита. Правовая охрана действует в отношении товаров 16 и услуг 35 классов МКТУ. Дата истечения срока действия: 17.09.2026.

**IDEA**

Противопоставленный товарный знак [2] «  
» по свидетельству № 171758 с приоритетом 17.09.1996 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров 16 и услуг 35 классов МКТУ. Дата истечения срока действия: 17.09.2026.

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. При анализе возражения коллегией оценивалась заинтересованность лица, подавшего возражения, в его подаче.

На дату подачи возражения – 07.03.2025 – ООО «Оригами» являлось владельцем противопоставляемых товарных знаков, а на момент рассмотрения возражения по существу лицо, подавшее возражение, согласно данным Госреестра, правообладателем товарных знаков по свидетельствам №171758, 174335 является Ибатуллин Азамат Валерьянович, дата и номер государственной регистрации договора отчуждения исключительного права на товарные знаки в отношении всех товаров и услуг: 29.05.2025, РД0505944.

С учетом того, что возражение в настоящем случае мотивировано предоставлением правовой охраны знаку обслуживания с нарушением норм пунктов 6 и 10 статьи 1483 Кодекса, заинтересованность подателя возражения подлежит оценке применительно к приведенным основаниям.

Предусмотренное подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса ограничение в отношении государственной регистрации товарных знаков, тождественных или сходных до степени смешения с имеющими более ранний приоритет товарными знаками, установлено в пользу правообладателей противопоставленных средств индивидуализации.

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса установлен запрет на регистрацию в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 настоящей статьи. Государственная регистрация в качестве товарных знаков таких обозначений допускается при наличии соответствующего согласия, предусмотренного пунктом 6 и подпунктами 1 и 2 пункта 9 настоящей статьи.

Таким образом, наличие у лица, обратившегося с возражением против предоставления правовой охраны товарному знаку (знаку обслуживания), исключительного права на свой товарный знак (знак обслуживания) является необходимым условием для установления обстоятельств заинтересованности такого лица исходя из положений подпункта 2 пункта 2 статьи 1512, пункта 2 статьи 1513 и пунктов 6 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Как отмечено в пункте 37 Постановления №10, если переход исключительного права по договору об отчуждении исключительного права подлежит государственной регистрации, то момент перехода исключительного права определяется в силу закона императивно – моментом государственной регистрации перехода такого права. До государственной регистрации перехода исключительного права на товарный знак переход считается несостоявшимся (пункт 6 статьи 1232 ГК РФ).

На момент предъявления возражения (07.03.2025) заявитель являлся правообладателем противопоставленных знаков, следовательно, имел право на подачу возражения по основаниям, предусмотренным пунктами 6 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Выводы о признании заинтересованности ООО «Оригами» согласуются как с перечисленными выше положениями законодательства, так и с судебной практикой (см. решение Суда по интеллектуальным правам от 27.11.2025 по делу №СИП-361/2025).

Публикация сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку по свидетельству №749304 была осуществлена 04.03.2020 г. Подача возражения произведена 04.03.2025 г. (с учетом даты сдачи в почтовое отделение согласно идентификатору отправления - 80514406102009), то есть с соблюдением пятилетнего срока со дня публикации сведений о предоставлении правовой охраны оспариваемому товарному знаку на территории Российской Федерации в официальном бюллетене.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пунктов 6 (2), 10 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №749304 и противопоставленных товарных знаков показал следующее.

Оспариваемый товарный знак «  » и противопоставленные товарные знаки [1] « **ИДЕЯ** », [2] « **IDEA** » подлежат сопоставлению по критериям сходства словесных элементов, так как противопоставленные товарные знаки являются словесными.

В оспариваемом товарном знаке присутствует три словесных элемента «IDEA Vista-Artista», где «IDEA» является семантически значимым словом и в переводе с английского языка на русский имеет значение «мысль, идея» (см. <https://woordhunt.ru/word/idea>), а словесные элементы «Vista-Artista» имеют значение в испанском языке, где «Vista» переводится на русский язык как «взгляд, видение, просмотр», а «Artista» - как «художник» (см. <https://context.reverso.net/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4/%D0%B8%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/vista>, <https://context.reverso.net/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4/%D0%B8%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/artista>).

Принимая во внимание установленные значения «Идея - видение художника», следует сделать вывод о том, что основное логическое ударение падает на слово «IDEA», а слова «видение художника» лишь усиливают его.

Ввиду установленного семантического значения, сравниваемые товарные знаки следует признать идентичными по заложенным в них понятиям.

С фонетической точки зрения, противопоставленный знак [2] полностью входит в состав оспариваемого знака, а слова «Vista-Artista» в конце оспариваемого знака не приводят к отсутствию ассоциирования их друг с другом.

Графически оспариваемый и противопоставленный [2] знаки выполнены буквами одинакового алфавита, при этом совпадающее слово занимает в оспариваемом знаке центральное композиционное положение, в первую очередь акцентируя на себе внимание потребителей.

Что касается противопоставленного товарного знака «ИДЕЯ» [1], то словесный элемент «IDEA» оспариваемого знака представляет собой транслитерацию буквами латинского алфавита русского слова «ИДЕЯ», имеет тождественное лексическое значение. Кроме того, российским потребителем, наиболее вероятно, словесный элемент «IDEA» не будет прочитан по правилам английского языка, а будет воспроизводиться в качестве транслитерации русского значимого слова «ИДЕЯ».

Таким образом, оспариваемый и противопоставляемые [1, 2] товарные знаки являются сходными за счет фонетического и семантического тождества/сходства входящих в их состав словесных элементов «ИДЕЯ, IDEA». Сравнимые обозначения ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Как было отмечено решением Суда по интеллектуальным правам от 09.11.2022 по делу №СИП-658/2021, «наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака». Аналогичный подход отражен в постановлениях Президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2018 и от 03.12.2018 по делу №СИП-210/2017, от 31.05.2018 по делу №СИП-450/2017 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 13.09.2018 №300-КГ18-

13820 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано), от 19.10.2018 по делу №СИП-137/2018 и многих других.

Анализ однородности услуг 35 класса МКТУ, содержащихся в перечне товарного знака по свидетельству №749304, и услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых действует правовая охрана противопоставленных товарных знаков [1-2], показал следующее.

Противопоставленные товарные знаки [1-2] охраняются в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ *«аренда площадей для размещения рекламы, размещение, расклейка афиш вне помещений; оформление витрин; выпуск рекламных материалов; организация выставок для коммерческих или рекламных целей, демонстрация товаров; изучение рынка; распространение рекламных объявлений; почтовая рассылка рекламных материалов (проспектов, брошюр и т.д.), прокат рекламных материалов; публикация рекламных материалов; реклама телевизионная, составление рекламных полос в печатных изданиях для рекламной хроники; рекламные агентства»*, которые представляют собой услуги продвижения и продажи товаров, а также услуги по изучению рынка.

Услуги 35 класса МКТУ *«организация подписки на газеты для третьих лиц; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц;»* оспариваемого товарного знака однородны услугам *“организация выставок для коммерческих целей; демонстрация товаров”* противопоставленных товарных знаков [1-2], так как относятся к услугам реализации и, сопутствующими реализации, процессам управления лицензиями.

Следует отметить, что «реализация товара» - это деятельность по продаже товара, передаче его в собственность от производителя к потребителю(<https://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/3372>). В свою очередь, «реклама» определяется как информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и

направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/96997>).

При этом в соответствии со статьей 494 Кодекса выставление в месте продажи (на прилавках, в витринах и т.п.) товаров, демонстрация их образцов или предоставление сведений о продаваемых товарах (описаний, каталогов, фотоснимков товаров и т.п.) в месте их продажи признается публичной офертой независимо от того, указаны ли цена и другие существенные условия договора розничной купли-продажи, за исключением случая, когда продавец явно определил, что соответствующие товары не предназначены для продажи.

В постановлении президиума Суда по интеллектуальным правам от 01.06.2017 по делу № СИП-694/2016 отмечено, что услуга «демонстрация товаров» однородна услугам, связанным с реализацией товаров, поскольку они имеют сходную направленность «предложение продукции покупателям» и цель «доведение товара до потребителя», услуги розничной торговли традиционно сопряжены с демонстрацией товаров. Так, под демонстрацией товаров понимается торгово-технологический процесс, при котором покупателю предоставляется доступ к товару для доведения наглядным способом информации о его потребительских свойствах различными способами, включая визуальное ознакомление с товаром или возможность тактильной оценки товара, или одорологическая оценка товара, или вкусовая оценка товара (дегустация), или демонстрация работ, или испытание товара в действии (пункт 124а ГОСТ Р 51303-2013 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения», утвержденного приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28.08.2013 № 582-ст).

В постановлении президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.05.2015 по делу № СИП-919/2014 отмечена обоснованность вывода суда первой инстанции об однородности деятельности по розничной торговле недовольственными

товарами широкого потребления с услугами 35-го класса МКТУ (демонстрация товаров, организация торговых ярмарок для коммерческих или рекламных целей).

Под услугой «организация выставок для коммерческих целей» понимается услуга организации торговой площадки, которая предназначена именно для реализации товаров и услуг, заключения коммерческих контрактов, то есть данная услуга относится к родовой группе услуг по реализации товаров.

Сопоставляемые услуги имеют сходную направленность «предложение продукции покупателям» и цель «доведение товара до потребителя», услуги розничной торговли традиционно сопряжены с демонстрацией товаров, с предоставлением лицензий на исключительные права.

Услуги 35 класса МКТУ *“услуги по оптимизации трафика веб-сайта”* оспариваемого товарного знака в высокой степени однородны противопоставленным услугам *“аренда площадей для размещения рекламы; размещение и расклейка афиш (вне помещений); оформление витрин; выпуск рекламных материалов; организация выставок для рекламных целей; распространение рекламных объявлений; почтовая рассылка рекламных материалов (проспектов, брошюр и т.д.), прокат рекламных материалов; публикация рекламных материалов; реклама телевизионная; составление рекламных полос в печатных изданиях рекламной хроники; рекламные агентства”*. Принимая во внимание, что под услугами по оптимизации трафика сайта понимаются действия по настройке отображения сайта в поисковых строках таким образом, чтобы привлечь к его посещению как можно большее количество целевых посетителей, то такая услуга по своей природе является услугой продвижения, повышения узнаваемости заказчика и его товаров/услуг, посредством посещения его сайта. Сопоставляемые услуги относятся к одной родовой группе по продвижению товаров, направлены на применение различных способов повышения узнаваемости товаров, увеличение спроса на них.

Услуга по изучению рынка противопоставленных товарных знаков представляет собой услугу, направленную на изучение потребностей имеющих на

рынке, о величинах спроса и предложения, факторах, способных повлиять на указанные величины, на изучение конъюнктуры рынка и иных факторов, необходимых для формирования решения, которое будет выгодным для предприятия. Таким образом, изучение рынка включает в себя процессы поиска и сбора информации об участниках рынка, сбор статистических данных, оценку коммерческой деятельности, а также исследования маркетинговые.

В перечне противопоставленного товарного знака отсутствуют услуги исследований, однако есть услуги 35 класса МКТУ *«агентства по коммерческой информации; информация деловая; оценка коммерческой деятельности; сведения о деловых операциях; предоставление деловой информации через веб-сайты; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; сбор и предоставление статистических данных»*, которые по назначению, условиям оказания однородны услуге "изучение рынка" противопоставленных товарных знаков. Агентства по коммерческой информации представляют собой организации, занимающиеся изучением рынка и проведением исследований спроса и предложения, а остальные перечисленные услуги связаны с процессом сбора и поиска информации, осуществляемые при проведении исследования конъюнктуры рынка.

Таким образом, установлена однородность всех вышеперечисленных услуг 35 класса МКТУ услугам перечней противопоставленных товарных знаков, а также высокая степень сходства сопоставляемых обозначений, что в совокупности свидетельствует о вероятности смешения сопоставляемых товарных знаков.

Резюмируя проведенный анализ, следует сделать вывод о том, что товарный знак по свидетельству №749304 не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса для части услуг 35 класса МКТУ *«агентства по коммерческой информации; информация деловая; оценка коммерческой деятельности; организация подписки на газеты для третьих лиц; сведения о деловых операциях; предоставление деловой информации через веб-сайты; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление информации в области*

*деловых и коммерческих контактов; сбор и предоставление статистических данных; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги по оптимизации трафика веб-сайта».*

Вместе с тем позиции 35 класса МКТУ *"аудит финансовый; анализ себестоимости; аудит коммерческий; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; подготовка платежных документов; услуги по подаче налоговых деклараций»* оспариваемого товарного знака представляют собой услуги в области бухгалтерского учета, которые направлены на непосредственное ведение бухгалтерских документов, а также проведение контрольно-ревизионных мероприятий относительно финансовой деятельности компании-заказчика.

Услуги 35 класса МКТУ *«бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; помощь административная в вопросах тендера; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; поиск поручителей; согласование деловых контрактов для третьих лиц»* оспариваемого знака представляют собой посреднические услуги, оказываемые отдельными субъектами рынка, специализирующимся на представлении интересов заказчиков. Такие услуги отличаются по назначению и условиям оказания от услуг реализации и рекламы товаров, а также услуг изучения рынка.

Услуги 35 класса МКТУ *«бюро по найму; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; написание резюме для третьих лиц; тестирование психологическое при подборе персонала»* оспариваемого товарного знака относятся к услугам управления штатом, услуги 35 класса МКТУ *«обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; ведение автоматизированных баз данных; сбор информации в компьютерных базах*


*данных; систематизация информации в компьютерных базах данных»* представляют собой услуги по ведению регистров и баз данных, являются информационными. Все перечисленные выше услуги не сопутствуют деятельности по изучению рынка, связаны с самостоятельным видом услуг по наполнению и поддержанию электронных баз данных, поддержанию актуальности сведений в них, что отличается от задач изучения рынка и поиска информации. Сам по себе факт, что при изучении рынка информация может быть получена из баз данных, не свидетельствует об однородности этих услуг между собой, так как они имеют разные источники происхождения и назначение. Рекрутинговые услуги не имеют признаков однородности с позициями услуг противопоставленных товарных знаков.

Услуги 35 класса МКТУ *«консультации по вопросам организации и управления бизнесом; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; службы консультативные по управлению бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; консультации профессиональные в области бизнеса управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; услуги по переезду предприятий; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц»* оспариваемого товарного знака, относятся к деятельности управленческой и консультационной, а также административно-хозяйственной. Эти услуги неоднородны услугам *«изучение рынка»*, а также услугам по продвижению и реализации товаров противопоставленных товарных знаков.

Что касается доводов отзыва о том, что при установлении вероятности смешения должны быть приняты во внимание обстоятельства принадлежности правообладателю серии товарных знаков по свидетельствам №№537905, 1019707, 962437, 725586со словесным элементом *«Vista-Artista»*, то коллегия установила следующее.

Проанализировав принадлежащие правообладателю регистрации, установлено, что товарным знакам «VISTA-ARTISTA», «VISTA·ARTISTA», «idea VISTA-ARTISTA» по свидетельствам №725586, 1019707, 962437 охрана предоставлена, в том числе для услуг 35 класса МКТУ, что свидетельствует о наличии серии знаков, объединенных элементом «Vista-Artista» в отношении услуг, однородных оспариваемым.

Данное обстоятельство учтено коллегией, однако, обращено внимание также и

на тот факт, что в композиции оспариваемого товарного знака «» спорный элемент «IDEA» явно доминирует, что значительно смещает фокус внимания потребителей, несмотря на присутствие в обозначении серияобразующего элемента правообладателя.

Ввиду использованной в оспариваемом обозначении композиции элементов, доводы о наличии серии знаков не преодолевают установленную опасность смешения сопоставляемых товарных знаков друг с другом.

В отношении доводов о том, что принимаемая во внимание судебная практика является устаревшей, коллегия отмечает, что противоположных выводов относительно существа позиции «демонстрация товаров» не приведено правообладателем.

Относительно мотива возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса необходимо обратить внимание на то, что данная норма права подлежит применению, в частности, когда сравниваемые средства индивидуализации не являются сходными друг с другом в целом с учетом несходства доминирующих в них элементов, но при этом один знак включает в свой состав не доминирующий элемент, который является тождественным или сходным с противопоставленным средством индивидуализации другого лица.

Однако в рамках рассмотрения настоящего возражения коллегией было установлено, что оспариваемый и противопоставленные товарные знаки [1-2], напротив, являются сходными друг с другом в целом. Исходя из данного обстоятельства, вышеуказанная норма права не подлежит применению.

Таким образом, отсутствуют какие-либо основания для признания оспариваемого товарного знака не соответствующим требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

В соответствии с вышеизложенным коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**удовлетворить возражение, поступившее 07.03.2025, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №749304 недействительным частично, а именно, в отношении услуг 35 класса МКТУ *«агентства по коммерческой информации; информация деловая; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги по оптимизации трафика веб-сайта».***