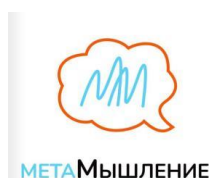
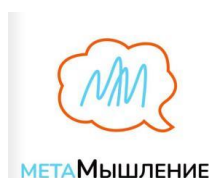


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения

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 от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020, рассмотрела поступившее 11.06.2025 возражение ИП Завадской Анны Александровны (далее — лицо, подавшее возражение,) против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1042084, при этом установила следующее.



Оспариваемый товарный знак «» с приоритетом от 31.10.2023 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 16.08.2024 за №1042084 на имя Чернышевой Лилии Владимировны, 143582, Московская область, г. Истра, д. Покровское, тер. ЖК Новорижский, Б-Р Покровский, д. 231 А (RU) (далее - правообладатель).

Правовая охрана товарному знаку по свидетельству №1042084 предоставлена в отношении товаров 03,09 и услуг 35,41,42 классов МКТУ, указанных в свидетельстве, а именно:

03 - амбра [парфюмерия]; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; вода ароматическая; вода лавандовая; дезодоранты для человека или

животных; диффузоры с палочками ароматические; духи; изделия парфюмерные; кремы на основе эфирных масел для использования в ароматерапии; масла для парфюмерии; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; мускус [парфюмерия]; мыла дезодорирующие; мыло миндальное; мята для парфюмерии; одеколон; терпены [эфирные масла]; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция мятная [эфирное масло].

09 - обеспечение программное для компьютеров, записанное; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютеров, записанные; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров, записанные.

35 - аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; 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 профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация торговых ярмарок; оценка коммерческой

деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск спонсора; помощь в управлении бизнесом; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; 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; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых стендов; публикация рекламных текстов; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; согласование деловых контрактов для третьих лиц; управление бизнесом временное; услуги в области общественных отношений; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса.

41 - академии [обучение]; воспитание физическое; квест комнаты [развлечения]; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение развлекательных мероприятий; организация и проведение семинаров; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; предоставление информации в области образования; предоставление информации по вопросам

отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; проведение экзаменов; услуги образовательные; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги развлекательные; услуги репетиторов [обучение].

42 - разработка видео- и компьютерных игр; разработка программного обеспечения; составление программ для компьютеров.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) поступило возражение, в котором изложено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №1042084 предоставлена в нарушение требований, установленных пунктом 6(2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к тому, что лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарного знака «СВЕРХМЫШЛЕНИЕ» по свидетельству №918278, зарегистрированного в отношении однородных товаров и услуг. Оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с указанным товарным знаком, который имеет более ранний приоритет.

В возражении изложено обоснование вывода о сходстве сравниваемых товарных знаков по фонетическому, графическому и смысловому критериям сходства обозначений.

В частности, указано, что конечные части сравниваемых обозначений являются тождественными. К тому же в сравниваемых обозначениях слово «МЫШЛЕНИЕ» является более сильным элементом по сравнению с начальными частями обозначений («СВЕРХ» и «МЕТА»), смысловое ударение ставится именно на него. Таким образом, можно прийти к обоснованному выводу о том, что сравниваемые обозначения являются сходными по фонетическому (звуковому) критерию сходства.

С точки зрения смыслового (семантического) сходства товарные знаки также являются сходными. Товарный знак № 918278 состоит из элементов, имеющих следующее значение: «СВЕРХ» - крайняя, очень высокая степень какого-л. качества

или состояния; «МЫШЛЕНИЕ» - отражение в сознании человека существенных свойств, причинных отношений и закономерных связей между объектами или явлениями; внутренний процесс создания суждений и умозаключений с использованием понятий. Товарный знак №1042084 состоит из элементов, имеющих следующие значения: «МЕТА» - обозначает уровень описания какого-нибудь объекта или системы (как правило, также описания), высшего по отношению к предыдущему описанию; «описание описания»; «МЫШЛЕНИЕ» - отражение в сознании человека существенных свойств, причинных отношений и закономерных связей между объектами или явлениями; внутренний процесс создания суждений и умозаключений с использованием понятий.

Приставки «СВЕРХ-» и «МЕТА-» имеют общее значение - «что-то, что находится на более высоком уровне или выходит за пределы», но при этом «СВЕРХ» имеет славянские корни, а «МЕТА» - греческие.

Таким образом, имеется смысловое сходство в первых частях словесных элементов сравниваемых обозначений и полное сходство второй части, на основании вышеперечисленного их можно признать сходными до степени смешения.

Все товары 09 и услуги 41, 42 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрирован товарный знак №1042084, являются однородными товарам 09 и услугам 41, 42 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрирован «старший» товарный знак лица, подавшего возражение, поскольку подавляющее большинство товаров и услуг 9, 41 и 42 классов МКТУ товарного знака №1042084 являются идентичными тем, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарному знаку № 918278. Остальные товары/услуги относятся к одним родовым группам.

ИП Завадская Анна Александровна является заинтересованным лицом в подаче возражения против предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку. Квалификация лица в качестве заинтересованного тесно связана с основаниями оспаривания правовой охраны товарного знака. В рассматриваемом случае лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарного знака, сходного с оспариваемым знаком и зарегистрированного в отношении однородных

товаров и услуг. Таким образом, наличие фактического интереса в прекращении правовой охраны оспариваемого обозначения основывается на исключительном праве лица, подавшего возражение.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1042084 недействительным для всех товаров 09 и всех услуг 41, 42 классов МКТУ, в отношении которых охраняется оспариваемый товарный знак.

Уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении правообладатель отзыва на возражение не представил, в рассмотрении возражения не участвовал. Корреспонденция, направленная в адрес правообладателя, с информацией о дате и времени заседания коллегии, была возвращена почтой России ввиду ее неполучения адресатом.

Изучив материалы дела и выслушав лиц, участвующих в рассмотрении возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (31.10.2023) 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 регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 (далее – Правила).

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.

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.

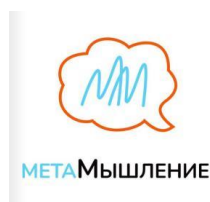
В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого обозначения как элементы.

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

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), смысловым (семантическим) признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) пункта 42 Правил.

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации, круг потребителей и другие признаки.



Оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное обозначение со словесным элементом «МетаМышление», в котором части «Мета» и «Мышление» выполнены буквами разного цвета и размера. Над словесным элементом расположено изображение замкнутой кривой, внутри которой размещен элемент в виде монограммы из двух букв М.

Регистрация товарного знака действует в отношении следующих товаров и услуг: 03 - амбра [парфюмерия]; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; вода ароматическая; вода лавандовая; дезодоранты для человека или животных; диффузоры с палочками ароматические; духи; изделия парфюмерные; кремы на основе эфирных масел для использования в ароматерапии; масла для парфюмерии; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; мускус [парфюмерия]; мыла дезодорирующие; мыло миндальное; мята для парфюмерии; одеколон; терпены [эфирные масла]; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция мятная [эфирное масло].

09 - обеспечение программное для компьютеров, записанное; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютеров, записанные; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров, записанные.

35 - аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; 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 профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных

сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация торговых ярмарок; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск спонсора; помощь в управлении бизнесом; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; 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; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых стендов; публикация рекламных текстов; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; согласование деловых контрактов для третьих лиц; управление бизнесом временное; услуги в области общественных отношений; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса.

41 - академии [обучение]; воспитание физическое; квест комнаты [развлечения]; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных;

организация и проведение развлекательных мероприятий; организация и проведение семинаров; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; предоставление информации в области образования; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; проведение экзаменов; услуги образовательные; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги развлекательные; услуги репетиторов [обучение].

42 - разработка видео- и компьютерных игр; разработка программного обеспечения; составление программ для компьютеров.

По мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак в отношении всех указанных товаров 09 и услуг 41 и 42 классов МКТУ не соответствует требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку является сходным до степени смешения со словесным товарным знаком «СВЕРХМЫШЛЕНИЕ» по свидетельству №918278 [1], зарегистрированным в отношении однородных товаров и услуг на имя лица, подавшего возражение.

Товарный знак [1] представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Правовая охрана указанного товарного знака действует, в частности, в отношении товаров 09 класса МКТУ «приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютеров, записанные; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров, записанные; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые», услуг 41 класса МКТУ «академии (обучение); воспитание физическое; образование музыкальное; образование религиозное; обучение айкидо; обучение гимнастике; обучение дзюдо; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация балов;

организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация и проведение спортивных мероприятий; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; организация развлекательных мероприятий; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музейного оборудования; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление полей для гольфа; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; развлечения; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги медиатек; услуги моделей для художников; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги образовательных центров для людей с ограниченными возможностями; онлайн-курсы; автошколы; курсы повышения квалификации» и услуг 42 класса МКТУ «разработка видео- и компьютерных игр; разработка компьютерных платформ; разработка программного обеспечения; разработка программного обеспечения для издательского дела; создание и разработка информационных каталогов на базе веб-сайтов для третьих лиц [услуги в области информационных технологий]; создание и техническое обслуживание веб-сайтов для третьих лиц; создание компьютерной

графики для видеопроекций; создание компьютерных моделей; составление программ для компьютеров; тиражирование компьютерных программ; услуги аутсорсинга в области информационных технологий; услуги компьютерного программирования для обработки данных; услуги консультационные в области телекоммуникационных технологий».

При сопоставительном анализе оспариваемого товарного знака и противопоставленного в возражении товарного знака [1] коллегия руководствовалась сложившейся правоприменительной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров (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 для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров (услуг) или при низкой степени однородности товаров (услуг), но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака с товарным знаком [1] на предмет их сходства показал, что они могут ассоциироваться между собой в целом, несмотря на некоторые отличия, что обусловлено следующими обстоятельствами.

Сопоставляемые товарные знаки являются сходными фонетически, семантически и графически.

В частности, наличие фонетического сходства их словесных элементов «МЕТАМЫШЛЕНИЕ» и «СВЕРХМЫШЛЕНИЕ» определяется на основании совпадения большей части входящих в них звуков и полностью совпадающей части «МЫШЛЕНИЕ», на которое падает основное логическое ударение в знаках. Кроме того, слово «МЫШЛЕНИЕ» доминирует в оспариваемом знаке за счет графических особенностей выполнения обозначения.

Сравниваемые товарные знаки вызывают сходные смысловые ассоциации, поскольку в них заложены одинаковые понятия, которые определяются входящим в обозначения словом «МЫШЛЕНИЕ» (Мышление - это психический процесс, с помощью которого человек анализирует, сравнивает, делает выводы и решает задачи. Он направлен на понимание, осмысление и преобразование информации. Мышление — высшая ступень человеческого познания относительно себя и окружающего мира, ru.wikipedia.com). Кроме того, начальные части «МЕТА-» и «СВЕРХ-» имеют похожее значение - «что-то, что находится на более высоком уровне или выходит за пределы». А также они могут быть близкими по смыслу, так как «мета» в некоторых контекстах означает «сверх», «над».

С точки зрения визуального признака сходства имеют место некоторые графические различия в выполнении сравниваемых товарных знаков, обусловленные наличием в оспариваемом знаке изобразительного элемента в виде монограммы внутри круга неправильной формы. Однако, этот изобразительный элемент связан композиционно и по смыслу со словесным обозначением «МетаМышление», состоящим из слов на букву М. Кроме того, словесные элементы знаков выполнены буквами одного алфавита (русского) с использованием стандартного шрифта, что усиливает сходство обозначений в целом.

Таким образом, следует признать, что оспариваемый товарный знак



МЕТАМЫШЛЕНИЕ

и словесный товарный знак «СВЕРХМЫШЛЕНИЕ» лица, подавшего возражение, являются сходными между собой в целом, несмотря на некоторые отличия.

Анализ товаров 09 и услуг 41,42 классов МКТУ, в отношении которых испрашивается признание правовой охраны товарного знака недействительным и для которых охраняется товарный знак лица, подавшего возражение, показал их однородность, поскольку большая часть сопоставляемых товаров и услуг совпадает по виду, они относятся к одним родовым группам товаров/услуг (программы, образовательно-воспитательные услуги, развлекательная деятельность, разработка программного обеспечения), имеют одинаковое назначение, один круг потребителей и одинаковые условия их реализации. При этом следует отметить, что имеет место высокая степень однородности товаров и услуг.

В связи с указанным коллегия пришла к выводу, что сравниваемые знаки являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров и услуг, что позволяет ассоциировать сопоставляемые обозначения друг с другом в целом, несмотря на некоторые незначительные отличия.

С учетом установленного коллегией сходства оспариваемого знака с противопоставленным товарным знаком, а также высокой степени однородности товаров 09 и услуг 41, 42 классов МКТУ существует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности вышеуказанных товаров и услуг одному лицу, что способно вызвать их смешение в гражданском обороте на российском потребительском рынке товаров/услуг в случае маркировки их сравниваемыми знаками.

Таким образом, имеются основания для признания оспариваемого товарного знака не соответствующим требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении товаров и услуг указанных классов МКТУ.

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

удовлетворить возражение, поступившее 11.06.2025, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1042084 недействительным в отношении всех товаров 09 и всех услуг 41, 42 классов МКТУ, указанных в свидетельстве.