Приложение
к решению Федеральной
службы по интеллектуальной собственности

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 18.05.2025 возражение, поданное Акционерным обществом «Всесоюзный научно-исследовательский институт сертификации», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024748786, при этом установила следующее.

Комбинированное обозначение «ВНИИС VNIIS» по заявке № 2024748786 с датой поступления от 02.05.2024 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 19.03.2025 о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024748786 в отношении части услуг 41 и 45 классов МКТУ и об отказе в государственной регистрации товарного знака для части 41 и 45 классов и отказ для всех 35, 42 и части 41, 45 классов МКТУ.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому знак не соответствует требованиям пункта 6 статьи

1483 Кодекса. Заключение мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее заявленными и зарегистрированными на имя иных лиц обозначениями и товарными знаками:

- с обозначениями «АО "ВНИИС"», «

» по заявкам №№2024742708, 2024742706 (дата подачи: 16.04.2024), поданными на регистрацию в качестве товарных знаков на имя АО «ВНИИС», Москва, в отношении однородных услуг 42 класса МКТУ [1, 2];

- с товарным знаком «

» по свидетельству № 266268 (приоритет: 08.07.2003, срок действия регистрации продлен до 08.07.2033), зарегистрированным на имя АО «Всесоюзный научно-исследовательский институт по строительству, эксплуатации трубопроводов и объектов ТЭК - Инжиниринговая нефтегазовая компания», Москва, в отношении услуг 35, 41, 42 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 41, 42, 45 классов МКТУ [3];

- с товарным знаком «

» по свидетельству № 215325 (приоритет: 02.11.2001, срок действия регистрации продлен до 02.11.2031), зарегистрированным на имя АО «Всероссийский научно-исследовательский институт автоматизации управления в непромышленной сфере имени В.В. Соломатина», Москва, в отношении услуг 35, 41, 42 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 41, 42, 45 классов МКТУ [4];

- с товарным знаком «

» по свидетельству № 90282 (приоритет: 15.09.1989, срок действия регистрации продлен до 15.09.2029), зарегистрированным на имя ФГБУ «Ордена Ленина и ордена Трудового Красного Знамени научно-исследовательский институт синтетического каучука имени академика С.В. Лебедева», Санкт-Петербург, в отношении однородных услуг 42 класса МКТУ [5].

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 18.05.2025, заявитель выражает несогласие с решением Роспатента от 19.03.2025, доводы которого сводятся к следующему:

- услуги, указанные в заявке, характеризуются иным целевым назначением и сферой применения по сравнению с услугами, для индивидуализации которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки;

- в частности, заявленные услуги 35 класса МКТУ «*консультации по управлению персоналом; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; организация и проведение коммерческих мероприятий; помощь в управлении бизнесом; разработка стратегий организации бизнеса, связанных с корпоративной социальной ответственностью; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги по сравнению цен; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса*», являющиеся консалтинговыми и управленческими услугами, услуги «*услуги по исследованию рынка; исследования маркетинговые; продвижение продаж для третьих лиц; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг посредством размещения продукции для*

третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; реклама почтой; услуги рекламных агентств; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях», являющиеся маркетинговыми и рекламными, услуги «*исследования конъюнктурные; 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; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; подготовка исследований рентабельности бизнеса*», являющиеся информационными и аналитическими услугами, услуги «*услуги коммерческого посредничества; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; согласование деловых контрактов для третьих лиц; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц*», являющиеся посредническими и агентскими услугами, услуги «*анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; услуги по подаче налоговых деклараций; составление отчетов о счетах*», являющиеся бухгалтерскими и финансовыми услугами, а также услуги «*запись сообщений [канцелярия]; услуги по обработке данных [офисные функции]; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных*», являющиеся услугами по обработке данных, услуги «*помощь административная в вопросах тендера»* и «*услуги в области общественных отношений*», относящиеся к

услугам PR и общественным отношениям, отсутствуют в перечнях услуг противопоставленных товарных знаков;

- аналогично, услуги 41 класса МКТУ, кроме «*академии [обучение]*», «*обучение*», «*обучение заочное*», «*обучение практическим навыкам [демонстрация]*», «*ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]*», «*организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; издание книг; услуги переводчиков; проведение экзаменов*», услуги 42 класса МКТУ, кроме «*исследования научные*», «*проведение исследований по техническим проектам*», «*консультации по технологическим вопросам*», «*испытания материалов*», «*контроль качества*», «*услуги научных лабораторий*», услуги 42 класса МКТУ, кроме «*консультации по вопросам интеллектуальной собственности*», отсутствуют в перечнях услуг противопоставленных товарных знаков;

- заявитель не согласен с выводом оспариваемого решения о том, что словесный элемент доминирует;

- в цифровой среде, где потребители пролистывают сотни логотипов за минуту, первичным является именно визуальный образ, а не текстовое наполнение; на основании исследования когнитивистов, согласно которым мозг обрабатывает изображение в 60 тысяч раз быстрее текста, а визуальная информация запоминается на 60% лучше, следует вывод, что в условиях информационной перегрузки потребитель уделяет графике в 3-4 раза больше внимания, чем буквам, а эмоциональный отклик на изображение возникает в 85 % случаев, а на слово – лишь в 15 %;

- на территории ЕАЭС проживают люди с разными родными языками, и для них русская аббревиатура представляет собой лишь набор букв, в свою очередь, графический образ является универсальным и понятен всем;

- сами аббревиатуры типа «ВНИИС», «ВНИИНС», «ВНИИСК», «ВНИИСТ» не несут смысловой нагрузки без расшифровки;

- потребитель в момент контакта с логотипом не производит его расшифровку, а воспринимает форму, цвет и композицию, в связи с чем именно графика становится главным отличительным элементом;

- сравнительный анализ четырех логотипов (заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, обозначения) позволяет установить их существенные различия: у одного обозначения – прямоугольник с закругленными углами, у второго – волнистые линии и отдельная плашка с текстом, у третьего – стилизованная буква «К» из параллельных полос, у четвертого – строгая система «квадрат-круг-квадрат»;

- при сравнении обозначений выявлены также различия в цветовых сочетаниях (синий с серым, насыщенный синий с белым, черно-белая графика, синий фон с белыми элементами), в композиционных решениях, в шрифтах и расположении текста;

- эмоциональное впечатление от сравниваемых обозначений является противоположным (строгое, динамичное, энергичное, минималистичное);

- по расчетам заявителя, средний процент различий между обозначениями составляет 86 %, а сходство – лишь 14%, что, по его мнению, исключает вероятность смешения;

- имеются фонетические различия сравниваемых обозначений: «ВНИИС» имеет пять звуковых элементов и мягкое окончание, «ВНИИНС» – шесть звуковых элементов с добавлением буквы «Н» в середине, «ВНИИСК» заканчивается на твердое «К», «ВНИИСТ» – на контрастное «Т»; при этом обозначения имеют разное число слогов и различные ритмические рисунки;

- согласно лингвистическим исследованиям, добавление даже одного согласного снижает вероятность путаницы на 70 %;

- смысловая нагрузка сравниваемых обозначений не пересекается: сертификация, автоматизация управления, синтетический каучук, трубопроводы – это совершенно разные сферы деятельности, что дополнительно исключает риск смешения;

- наличие общей форманты «ВНИИ» у всех сравниваемых обозначений не свидетельствует об их сходстве, поскольку данная приставка является указанием на тип организации (аналогично «ООО» или «АО») и не выполняет индивидуализирующей функции: институты работают в непересекающихся сферах, подведомственны разным ведомствам и созданы в разное время (с 1989 г. по 2022 г.), а профессионалы в каждой отрасли идентифицируют институт по его специализации, а не по общему префиксу;

- сравниваемые обозначения не могут быть признаны сходными до степени смешения, поскольку они уникальны визуально, фонетически, смыслово и отраслево, а вероятность путаницы для добросовестного потребителя отсутствует;

- противопоставление заявок №№2024742706, 2024742708 противоречит положениям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, поскольку заявитель имеет более ранее право на фирменное наименование.

На основании вышеизложенного, заявитель просит изменить решение Роспатента от 19.03.2025 и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака дополнительно в отношении услуг 41 класса МКТУ – «*обучение при помощи симуляторов; переподготовка профессиональная; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; передача ноу-хау [обучение]*», услуг 42 класса МКТУ – «*составление технической документации*», услуг 45 класса МКТУ – «*аудит на соответствие законодательству; аудит на соответствие нормативным требованиям; контроль в области интеллектуальной собственности для юридических лиц; проверка состояния безопасности предприятий; лицензирование [услуги юридические] в части публикации программного обеспечения; лицензирование интеллектуальной собственности; лицензирование программного обеспечения [услуги юридические]; регистрация доменных имен [услуги юридические]; исследования правовые в области охраны окружающей среды; исследования юридические; услуги по подготовке юридических документов; услуги юридические по управлению лицензиями; услуги юридические, связанные с согласованием договоров для третьих*

лиц; арбитраж; услуги юридические в области иммиграции; услуги юридического наблюдения»; а также включить в перечень регистрируемого обозначения также услуги 35 класса МКТУ – «*консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; демонстрация товаров; консультации по управлению персоналом; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; организация и проведение коммерческих мероприятий; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; разработка стратегий организации бизнеса, связанных с корпоративной социальной ответственностью; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги по сравнению цен; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги по исследованию рынка; исследования маркетинговые; продвижение продаж для третьих лиц; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг посредством размещения продукции для третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; реклама почтой; реклама; услуги рекламных агентств; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; изучение рынка; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; изучение общественного мнения; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; 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; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; прогнозирование экономическое; оценка коммерческой*

деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; услуги коммерческого посредничества; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов; для работы с клиентами; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и; предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей; товарами]; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; согласование деловых контрактов для третьих лиц; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; составление налоговых деклараций; услуги по подаче налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; подготовка платежных документов; запись сообщений [канцелярия]; обработка текста; услуги по обработке данных [офисные функции]; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; ведение автоматизированных баз данных; помощь административная в вопросах тендера; сведения о деловых операциях; распространение образцов; услуги в области общественных отношений», услуги 41 класса МКТУ – «*академии [обучение]; обучение; обучение заочное; услуги образовательные; услуги образовательные, предоставляемые школами; учреждения образовательные дошкольные; услуги репетиторов [обучение]; обучение практическим навыкам [демонстрация]; тьюторинг; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов невиртуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; издание книг; исследования в области образования;*

предоставление информации в области образования; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; редактирование текстов; услуги переводчиков; перевод устный; проведение экзаменов; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации», услуги 42 класса МКТУ – «*исследования и разработка новых товаров для третьих лиц; исследования научные; исследования технологические; проведение исследований по техническим проектам; консультации в области информационной безопасности; консультации в области компьютерных технологий; консультации по технологическим вопросам; предоставление научной информации и консультаций, связанных с сокращением; выбросов парниковых газов; предоставление научной информации, советов и консультаций, касающихся чистых; нулевых выбросов; услуги консультационные в области телекоммуникационных технологий; испытания клинические; испытания материалов; контроль качества; услуги научных лабораторий*», услуги 45 класса МКТУ – «*консультации по вопросам интеллектуальной собственности; консультации юридические по вопросам патентного картирования; консультации юридические по запросу при заключении договора о поставках; услуги адвокатские; представление интересов в суде*».

В подтверждение своей позиции заявитель представил следующие источники:

1. cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vospriyatiya-vizualnoyinformatsiiv-reklame;

2. cyberleninka.ru/article/n/neyrofiziologicheskiemehanizmyvospriyatiya-reklamy;

3. cyberleninka.ru/article/n/skorostvospriyatiyavizualnoy-i-verbalnoy-informatsii-v-usloviyah-informatsionnogo-shuma;

4. cyberleninka.ru/article/n/rol-emotsionalnogokomponentav-vospriyatii-vizualnoy-reklamy;

5. cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-kommunikatsiya-v-mezhkulturnoy-srede;

6. cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vospriyatiya-reklamy-v-tsifrovoy-srede;

7. cyberleninka.ru/article/n/povedencheskieosobennosti-potrebiteley-v-usloviyah-tsifrovoytransformatsii;

8. cyberleninka.ru/article/n/sovremennyemarketingovyestrategii-v-kontekste-vizualnogo-vospriyatiya;

9. https://cyberleninka.ru/article/n/o-nekotoryhfaktorahprepyatstvuyuschih-vospriyatiyu-sostavnogo-kommercheskogo-nazvaniya-kakedinogotselogo-po-materialam-odnoy;

10. https://apni.ru/article/10268-universalnye-i-kulturno-speczifichnye-elementy-vvizualnyhsistemah-brendov;

11. https://cyberleninka.ru/article/n/abbreviatury-v-sostave-aktualnoy-leksiki-russkogo-yazyka;

12. https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-osobennostey-vospriyatiya-tekstanabumazhnom-nositele-i-v-interaktivnoy-srede.pdf;

13. https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/1763/4/1333313_readingbook.pdf.

Дополнительно в период рассмотрения возражения заявителем приведены следующие доводы:

- области деятельности заявителя и правообладателей противопоставленных товарных знаков различаются, так как оказание юридических услуг в области технического регулирования относится к специфической сфере;

- согласно правоприменительной практике, услуги, относящиеся к одному виду, но оказываемые в разных областях длительности, не могут быть признаны однородными;

- заявитель имеет известность и репутацию на рынке услуг по дополнительному профессиональному образованию в области технического регулирования и стандартизации, оказания консультационных и юридических услуг в области технического и таможенного регулирования;

- в материалы противопоставленных заявок №№2024742706, 2024742708 заявитель направил обращения, в которых привел доводы о недопустимости и регистрации соответствующих товарных знаков;

- следует учитывать наличие в заявленном обозначении элемента «VNIIS», выполненного буквами латинского алфавита;

- правообладатель товарного знака по свидетельству № 215325 не проявляет активности на своем сайте с 2021 г.;

- правообладатель противопоставленного товарного знака по свидетельству № 266268 ведет деятельность в сфере топливно-энергетического комплекса, в связи с чем заявитель не конкурирует с указанной организацией;

- в отношении АО «ВНИИСТ», правообладателя товарного знака по свидетельству № 266268, подано заявление о признании банкротом.

Дополнительно представлены следующие материалы:

14. Презентация с доводами и отзывами;

15. Подлинник письменного согласия АО «ВНИИНС», правообладателя товарного знака по свидетельству № 215325;

16. Подлинник письменного согласия ФГБУ «ВНИИСК», правообладателя товарного знака по свидетельству № 90282;

17. Сведения о переговорах с правообладателем противопоставленного товарного знака по свидетельству № 266268;

18. Публикация с сайта fedresurs.ru.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (02.05.2024) поступления заявки № 2024748786 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 № 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 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.

В соответствии с подпунктом 1 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, 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.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 Правил.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы. При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 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 настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги

по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с абзацем пятым пункта 6 статьи 1483 Кодекса регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в подпунктах 1 и 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

Согласно пункту 46 Правил согласие правообладателя составляется в письменной произвольной форме (далее – письмо-согласие) и представляется в подлиннике для приобщения к документам заявки.

Заявленное обозначение «

» является комбинированным, включает словесные элементы «ВНИИС» и «VNIIS», выполненные стандартным шрифтом заглавными буквами русского и латинского алфавитов, в две строки, расположенные на фоне фигуры, служащей фоном для размещения слов, представляющей собой прямоугольную рамку, у которой два противолежащих угла закруглены, при этом слева и снизу от рамки размещена еще одна фигура, повторяющая контур левой и нижней сторон первой. Обозначение выполнено в следующем цветовом сочетании: белый, синий, серый.

Роспатентом принято решение о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака только для части первоначально заявленных услуг.

Согласно возражению, правовая охрана заявленного обозначения испрашивается дополнительно к услугам «*предоставление виртуальных онлайн-туров с гидом; служба новостей*» 41 класса МКТУ и «*консультации по технике безопасности на производстве; проверка состояния безопасности предприятий*» 45 класса МКТУ также и в отношении услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ, приведенных в просительной части. При этом указанные в перечне просительной части услуги

«*служба новостей*» и «*проверка состояния безопасности предприятий*» уже приняты оспариваемым решением.

Таким образом, возражение рассматривается в отношении остальных услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ, для которых в регистрации товарного знака отказано.

Так, решение Роспатента от 19.03.2025 в части отказа в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024748786 для всех заявленных услуг 35, 42 классов МКТУ и части заявленных услуг 41, 45 классов МКТУ основано на наличии сходных до степени смешения обозначений «АО "ВНИИС"», «ВНИИС VNIIS» [1, 2] и товарных знаках «ВНИИСТ» [3], «ВНИИНС» [4], «ВНИИСК» [5], заявленных и зарегистрированных на имя иных лиц.

В период рассмотрения возражения были приведены заявителем новые обстоятельства, которые не могли быть учтены при подготовке заключения по результатам экспертизы заявленного обозначения.

К указанным обстоятельствам относится то, что по заявкам № 2024742708 и № 2024742706 [1, 2] Роспатентом приняты решения об отказе в регистрации товарных знаков. Данные решения в установленный пунктом 1 статьи 1500 Кодекса срок не оспаривались. В связи с этим противопоставления [1, 2] более не могут препятствовать регистрации заявленного обозначения на основании подпункта 1 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с противопоставлением товарных знаков [3-5] показал следующее.

Основные индивидуализирующие словесные элементы сравниваемых обозначений «ВНИИС», «ВНИИНС», «ВНИИСК», «ВНИИСТ» являются

фонетически сходными в силу наличия общей части «ВНИИ-», а также незначительности последующих отличий, что обусловливает совпадение большинства звуков и звукосочетаний, расположенных в одинаковом порядке.

При этом относительно мнения заявителя о том, что для российского потребителя, являющегося адресатом заявленных услуг, данные аббревиатуры ассоциируются с научно-исследовательскими институтами, коллегия отмечает, что данное обстоятельство не снимает вопрос сходства сравниваемых обозначений, а определяет их смысловое ассоциирование друг с другом.

Также заявитель отмечает, что графическое исполнение обозначений может вносить определенные отличия в общее зрительное впечатление. Однако, согласно методологическим подходам, при сравнении заявленного обозначения и иных противопоставленных товарных знаков, являющихся комбинированными обозначениями, на основании пункта 44 Правил исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом.

В свою очередь, коллегией установлено, что в составе заявленного обозначения доминирует именно словесный элемент, поскольку он определяет восприятие обозначения потребителями, его запоминание.

Аналогично, в составе противопоставленного комбинированных товарных знаков [3-5] доминирующее положение занимают слова «ВНИИСТ», «ВНИИНС», «ВНИИСК», которые определяют запоминание этих товарных знаков потребителями.

Коллегия учитывает, что заявленное обозначение содержит элементы, выполненные буквами не только русского, но и латинского алфавита, однако в композиции обозначения «

» эти слова воспринимаются как варианты одного и того же слова буквами разных алфавитов, то есть акцент на слове «ВНИИС» сохраняется, не меняется из-за присутствия его латинского варианта.

Также следует отметить, что различия в изобразительных элементах (прямоугольник, волнистые линии, стилизованная буква «К») не являются

существенными для общего восприятия, поскольку потребитель воспринимает обозначение в целом, а не по отдельным элементам, следовательно, запоминает образ, существенное влияние на который оказывает именно словесная составляющая.

С учетом сказанного довод заявителя о том, что графическое исполнение является определяющим, не может быть признан обоснованным, поскольку именно словесные элементы сравниваемых обозначений являются основными и способствуют сходству обозначения заявителя и товарных знаков [3-5] в целом, несмотря на отдельные отличия в графическом оформлении.

Вместе с тем в отношении вероятности смешения заявленного обозначения и товарных знаков [3-5] коллегия учла новые обстоятельства. В частности, заявителем 17.12.2025 представлены письменные согласия правообладателей товарных знаков по свидетельствам № 215325 и № 90282.

От АО «ВНИИНС» (правообладателя товарного знака [4]) получено согласие на регистрацию заявленного обозначения в отношении всех заявленных услуг 35, 41, 42, 45 классов МКТУ. Указанное согласие оформлено надлежащим образом (исх. № К-406 от 20.10.2025) и соответствует требованиям абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Поскольку заявленное обозначение не тождественно товарному знаку [4], области деятельности заявителя и правообладателя этого товарного знака различаются, то это определяет отсутствие предпосылок для возможного введения потребителей заблуждение, значит, согласие правообладателя товарного знака [4] может быть принято во внимание, а соответствующее препятствие может рассматриваться как преодоленное.

В свою очередь, от ФГБУ «Ордена Ленина и ордена Трудового Красного Знамени научно-исследовательский институт синтетического каучука имени академика С.В. Лебедева» (правообладателя товарного знака [5]) согласие на регистрацию заявленного обозначения получено в отношении части услуг 42 класса МКТУ (исх. № 2-13/27/2607 от 12.11.2025). Поскольку заявленное обозначение не тождественно товарному знаку [5], согласие правообладателя товарного знака [5]

может быть принято во внимание в части указанных в нем услуг. Однако это согласие не распространяется на услуги «*исследования и разработка новых товаров для третьих лиц; исследования научные; исследования технологические; консультации по технологическим вопросам; услуги научных лабораторий*». При этом указанные услуги являются однородными услугам «*расчеты, исследования и составление отчетов (экспертных заключений)*», имеющимся в перечне товарного знака [5]. Таким образом, в указанной части противопоставление сохраняется, и оснований для его снятия не имеется, поскольку заявленное обозначение и товарный знак [5] являются сходными до степени смешения в отношении однородных услуг 42 класса МКТУ «*исследования и разработка новых товаров для третьих лиц; исследования научные; исследования технологические; консультации по технологическим вопросам; услуги научных лабораторий*».

Согласие правообладателя товарного знака [3] заявителем не получено. Им приведены сведения о предстоящем банкротстве указанного лица. Вместе с тем пока товарный знак отражен в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации как действущий, оснований для снятия противопоставления не имеется.

Анализ однородности заявленных услуг и услуг, в отношении которых зарегистрирован товарный знак [3], показал следующее.

Все заявленные услуги 35 класса МКТУ однородны услугам «*агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; ведение автоматизированных баз данных; деловая экспертиза; демонстрация товаров; изучение рынка; реклама интерактивная в компьютерной сети; информация деловая; информация статистическая; исследования в области бизнеса; исследования в области маркетинга; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по вопросам штата сотрудников; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по организации бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки*

на газеты [для третьих лиц]; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц]; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров [для третьих лиц]; публикация рекламных текстов; работы машинописные; распространение образцов; распространение рекламных материалов; агентства рекламные; репродуцирование документов; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; составление налоговых деклараций; фотокопирование» 35 класса МКТУ, указанным в свидетельстве № 266268. Указанный вывод основан на совпадении рода и назначения сопоставляемых услуг, их взаимодополняемости, общих условий оказания.

Услуги 41 класса МКТУ, для которых отказано в регистрации заявленного обозначения, однородны услугам «*академии [обучение]; аренда теннисных кортов; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; микрофильмирование; обеспечение интерактивными электронными публикациями [незагружаемыми]; обеспечение интерактивное игрой [через компьютерную сеть]; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов учебных или развлекательных; организация лотерей; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передвижные библиотеки; проведение экзаменов; производство видеофильмов; услуги образовательно-воспитательные; услуги переводчиков; фотографирование*» 41 класса МКТУ, указанным в свидетельстве № 266268. Так, все сопоставляемые услуги относятся к услугам в области обучения,

публикационной деятельности, а также организации мероприятий, развлекательного или обучающего характера.

Все заявленные услуги 42 класса МКТУ однородны услугам «*анализ компьютерных систем; восстановление компьютерных баз данных; изучение технических проектов; инжиниринг; инсталляция программного обеспечения; испытания материалов; исследования в области механики; исследования в области физики; исследования в области химии; исследования и разработка новых товаров [для третьих лиц]; исследования технические; калибровка [измерения}; консультации в области компьютерной техники; консультации по вопросам защиты окружающей среды; контроль качества; контроль технический автомобильного транспорта; модернизация программного обеспечения; обзоры в области геологии; обзоры в области нефтяных месторождений; обслуживание техническое программного обеспечения; перенос данных или документов с физического носителя на электронный; преобразование данных и информационных программ [не физическое]; проектирование компьютерных систем; прокат компьютеров; прокат средств программного обеспечения; разведка геологическая; разведка нефтяных месторождений; размещение веб-сайтов; размножение компьютерных программ; разработка программного обеспечения; создание и техническое обслуживание веб-сайтов для третьих лиц; составление программ для компьютеров; услуги в области промышленной эстетики; услуги в области химии; экспертиза инженерно-техническая*» 42 класса МКТУ, указанным в свидетельстве № 266268, так как они относятся к одному роду, оказываются совместно, имеют общие условия оказания, круг потребителей.

Услуги 45 класса МКТУ, в том числе «*аудит на соответствие законодательству; исследования правовые в области охраны окружающей среды; исследования юридические; консультации по вопросам интеллектуальной собственности; услуги по подготовке юридических документов*», являются однородными услугам 42 класса МКТУ «*исследования в области права; консультации по вопросам интеллектуальной собственности; лицензирование объектов интеллектуальной собственности; управление делами по авторскому*

праву; услуги юридические», указанным в свидетельстве № 266268, в силу отнесения их к общей родовой группе юридических услуг.

Сходство заявленного обозначения и товарных знаков [3, 5], наряду с однородностью услуг, представленных в их перечнях, свидетельствует о несоответствии заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса для однородных услуг, в отношении которых отсутствует согласие правообладателей этих товарных знаков.

Из представленного анализа однородности следует, что, несмотря на снятие противопоставлений [1, 2, 4], частичное преодоление товарного знака [5], наличие противопоставления [3] является достаточным основанием для сохранения отказа в регистрации заявленного обозначения в отношении услуг, которым не была предоставлена правовая охрана в соответствии с оспариваемым решением.

Иными словами, отсутствие согласия правообладателя знака [3], а также сохранение частичного противопоставления товарного знака [5] в отношении однородных услуг, исключает возможность регистрации заявленного обозначения в отношении более широкого перечня, нежели принят решением Роспатента от 19.03.2025.

Принимая во внимание вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 18.05.2025, оставить в силе решение Роспатента от 19.03.2025.