

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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 25.05.2026 возражение, поданное Полташовой Валерией Владимировной (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024791400, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «**БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР**» по заявке №2024791400 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 16.08.2024 на имя заявителя для индивидуализации услуг 35, 41, 45 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 03.04.2026 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ и всех заявленных услуг 45 класса МКТУ с указанием в качестве неохраняемых элементов слов «**БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР**» на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. В отношении иной части заявленных услуг 35 класса МКТУ и всех заявленных услуг 41 класса МКТУ препятствием для регистрации товарного знака послужил вывод о его несоответствии требованиям, предусмотренным пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками иных лиц с более ранним приоритетом, а именно:

- с товарным знаком «» [1] (свидетельство №728023 с приоритетом от 07.05.2018), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Союз-98", 344094, г. Ростов-на-Дону, ул. Можайская, 40, в отношении услуг 35 класса, однородных заявленным услугам 35 класса;

- с товарным знаком «» [2] (свидетельство №936978 с приоритетом от 05.05.2021), зарегистрированным на имя Ибатуллина Азамата Валерьяновича, 450059, Республика Башкортостан, г. Уфа, пр-кт Октября, 25/1, кв. 59, в отношении услуг 35 класса, однородных заявленным услугам 35 класса;

- с товарным знаком «» [3] (свидетельство №789698 с приоритетом от 14.06.2019), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «ТОРГОВЫЙ ДОМ РУСЬ», 107076, Москва, ул. Боевская 1-я, 1, корп. 2, кв. 23-24, в отношении услуг 35 класса, однородных заявленным услугам 35 класса;

- с товарным знаком « Lemon» [4] (международная регистрация №1553106 с приоритетом от 12.06.2020), зарегистрированным на имя Lemon Systems GmbH, Beim Alten Gaswerk 1 22761 Hamburg, в отношении услуг 41 класса, однородных заявленным услугам 41 класса;

- с товарным знаком « LEMON» [5] (свидетельство №624027 с приоритетом от 05.04.2016, срок действия регистрации продлен до 05.04.2036) зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью "Лимон",

190005, Санкт-Петербург, ул. 1-я Красноармейская, 16, пом. 1Н, в отношении услуг 35, 41 классов, однородных заявленным услугам 35, 41 классов.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) на основании положения, предусмотренного пунктом 6 статьи 1483 Кодекса в отношении однородных услуг 35, 41 классов МКТУ.

Также включенные в состав обозначения слова «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» не обладают различительной способностью на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса (как указывает сам заявитель в графе 526 заявки).

В поступившем возражении заявитель выразил несогласие с решением Роспатента и просит зарегистрировать его в отношении следующего перечня услуг 35 класса МКТУ: *«анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение автоматизированных баз данных; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; прогнозирование экономическое; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги по*

подаче налоговых деклараций; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса».

Заявитель обосновывает свою позицию следующими доводами.

1. Несмотря на то, что словесные элементы «ЛИМОН» и «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» в заявленном обозначении находятся на различных уровнях, данные элементы семантически и визуально связаны друг с другом и должны рассматриваться как все обозначение в целом, а не его отдельные части.



Заявитель приводит пример регистрации товарного знака «*Dream of Me*» №1156179 со входящими в состав словесными элементами «DOM», «Dream of me», который, как отмечает заявитель, рассматривается как цельная композиция.

Заявитель считает недостаточным довод экспертизы о сходстве заявленного комбинированного обозначения «ЛИМОН БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» и вышеуказанных противопоставленных товарных знаков, так как при установлении сходства сравниваемых обозначений экспертиза руководствовалась в основном фонетическим сходством только одного словесного элемента «ЛИМОН» с элементами противопоставленных товарных знаков «ЛИМОН», «ЛЕМОН», «Lemon», игнорируя при этом намеренное допущение орфографической ошибки при написании слова «ЛЕМОН», а также использование латиницы, где слово «Lemon» произносится на основе транскрипции как ['lemən].

2. Заявитель также не согласен с выводом экспертизы о том, что в заявленном обозначении «ЛИМОН БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» сильным элементом является исключительно слово «ЛИМОН».

Заявитель отмечает, что слово «ЛИМОН» является общеизвестным в русском языке, активно используется в коммерческом нейминге и часто встречается в коммерческом обороте у субъектов предпринимательской деятельности, в связи с чем

потребитель привык его встречать повсеместно, поэтому для него элемент «ЛИМОН», сам по себе, не обладает повышенной различительной способностью, то есть не воспринимается как указание на конкретный источник происхождения услуг и/или товаров, вследствие чего объективно снижается степень индивидуализирующей способности данного элемента, чтобы любое его использование автоматически вызывало смешение у потребителя.

Заявитель утверждает, что в данном случае в комбинированном товарном знаке «ЛИМОН БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» невозможно установить, какой из входящих в него словесных элементов является сильным, а какой – слабым, поскольку они выполнены в едином стиле, образуя композицию, и являются равнозначными, т.е. сильным элементом рассматриваемого знака, по мнению заявителя, является словесный элемент «ЛИМОН БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР», а не только элемент «ЛИМОН». При этом, даже при отсутствии самостоятельной различительной способности словесного элемента «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР», он не игнорируется потребителем при формировании общего впечатления от знака.

3. Заявитель отмечает, что заявленные услуги 35 класса МКТУ относятся к профессиональному сегменту рынка B2B-услуг. Потребители указанного сегмента – это экономические хозяйствующие субъекты, которые нуждаются в профессиональной поддержке в части ведения и восстановления бухгалтерского учета, правильного выбора системы налогообложения и прочее, в связи с чем потребитель данных услуг проявляет повышенную степень внимательности и осмотрительности, а услуги не относятся к повседневному, массовому или импульсному спросу, что существенно снижает вероятность смешения средств индивидуализации.

4. Заявитель обращает внимание на активное использование заявленного обозначения в коммерческом обороте более 5 лет. Под брендом «ЛИМОН БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» заявитель размещает объявления и оказывает услуги потребителям на сервисе «Авито», использует как фирменный стиль в коммерческих предложениях и в договорах, поддерживает в актуальном состоянии сайт <https://buhlimon.ru/> и обрабатывает заявки, создает цифровой контент от лица бренда

на YouTube и в ТГ-канале, принимает участие в радиоэфирах и подкастах для предпринимателей.

Заявитель убежден, что перечень услуг 35 класса МКТУ для целей регистрации товарного знака не вызовет заблуждение у потребителей, с учетом сведений о фактических обстоятельствах и на основании вышеизложенной позиции и доводов.

С учетом изложенного заявитель просит изменить решение о государственной регистрации товарного знака от 03.04.2026 в части перечня услуг 35 класса и зарегистрировать обозначение по заявке №2024791400 в качестве товарного знака для скорректированного перечня услуг 35 класса.

Доводы возражения сопровождают скриншоты страницы сайта заявителя, профилей социальных сетей заявителя, страницы заявителя на сервисе «Авито», записей радиоэфира и подкаста с участием заявителя и коммерческого предложения заявителя.

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

С учетом даты (16.08.2024) поступления заявки №2024791400 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи не применяются в отношении обозначений, которые:

1) приобрели различительную способность в результате их использования;

2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся:

простые геометрические фигуры, линии, числа;

отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово;

общепринятые наименования;

реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров;

сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем

как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с требованиями подпункта 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

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

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

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; расположения близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

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

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров (услуг) 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).

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака для индивидуализации



услуг 35, 41, 45 классов МКТУ обозначение «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» по заявке №2024791400 с приоритетом от 16.08.2024 является комбинированным, состоит из расположенных в две строки словесных элементов на русском языке заглавного написания: «ЛИМОН» на первой строке и «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» на следующей строке под ним. Буква «О» выполнена в виде изобразительного элемента, напоминающего лимон, с отверстием округлой формы в центре, с листком.

Решение Роспатента оспаривается в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ, представленных заявителем в скорректированном перечне услуг 35 класса МКТУ, для которых было отказано в государственной регистрации товарного знака, а именно: *«анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; составление налоговых деклараций; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса».*

Анализ заявленного обозначения показал, что к неохраняемым элементам согласно требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса относятся фигурирующие в его составе слова «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» – не обладают различительной способностью, представляют собой видовое наименование предприятия, указывают на вид и назначение услуг.

Следует отметить, что данные элементы были указаны заявителем как неохраняемые в первоначальных материалах заявки, заявитель не оспаривает вывод административного органа о неохраноспособности словесных элементов «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР».

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака



«БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» по заявке №2024791400 в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ и всех заявленных услуг 41 класса МКТУ основано на выводе о несоответствии этого обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с



наличием товарных знаков с более ранним приоритетом « [1] (свидетельство №728023 с приоритетом от 07.05.2018), зарегистрированным в

отношении однородных услуг 35 класса; «**ЛИМОН**» [2] (свидетельство №936978 с приоритетом от 05.05.2021), зарегистрированным в отношении



однородных услуг 35 класса; « [3] (свидетельство №789698 с приоритетом от 14.06.2019), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35

класса; «  Lemon» [4] (международная регистрация №1553106 с приоритетом от 12.06.2020), зарегистрированным в отношении однородных услуг 41



класса; « [5] (свидетельство №624027 с приоритетом от 05.04.2016, срок действия регистрации продлен до 05.04.2036) зарегистрированным в отношении однородных услуг 35, 41 классов.

Необходимо отметить, что при сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака коллегия руководствуется

сложившейся правоприменительной судебной 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. 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 или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.



Заявленное комбинированное обозначение «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» включает в свой состав словесные элементы «ЛИМОН» на первой строке и «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» на следующей строке под ним. Буква «О» выполнена в виде изобразительного элемента, напоминающего лимон, с отверстием округлой формы в центре, с листком.

Словесные элементы «ЛИМОН» и «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» не образуют устойчивого словосочетания, находятся на разных уровнях, выполнены буквами различных шрифтов и разного размера, в связи с чем воспринимаются потребителем как самостоятельные словесные элементы. Данные обстоятельства обуславливают

необходимость проведения анализа каждого из входящих в состав заявленного обозначения слов по отдельности.

При этом следует отметить, что словесные элементы «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР» являются неохраняемыми в соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса для всех заявленных товаров и услуг, поскольку не обладает различительной способностью, носят описательный характер, представляют собой видовое наименование предприятия и указывают на вид и назначение заявленных услуг 35, 41, 45 классов МКТУ, в связи с чем являются слабыми элементами обозначения, в то время как слово «ЛИМОН» не является описательным по отношению к заявленным услугам 35, 41, 45 классов МКТУ, в связи с чем является сильным элементом обозначения.

Кроме того, коллегией учтено графическое исполнение заявленного обозначения, в котором словесный элемент «ЛИМОН» выделен графически, находится на первом месте и выполнен буквами большего размера, чем словесные элементы «БУХГАЛТЕРСКИЙ ЦЕНТР», в связи с чем именно на нем концентрируется внимание потребителя.

Таким образом, основным индивидуализирующим элементом заявленного обозначения выступает слово «ЛИМОН».

В свою очередь противопоставленные товарные знаки «» [1] (свидетельство №728023 с приоритетом от 07.05.2018), «**ЛИМОН**» [2] (свидетельство №936978 с приоритетом от 05.05.2021) содержат или представляют

с собой слово «ЛИМОН», противопоставленный товарный знак «» [3] (свидетельство №789698 с приоритетом от 14.06.2019) содержит в составе слово

«ЛЕМОН», противопоставленные товарные знаки «» [4] (международная регистрация №1553106 с приоритетом от 12.06.2020), «



» [5] (свидетельство №624027 с приоритетом от 05.04.2016, срок действия регистрации продлен до 05.04.2036) содержат слово «LEMON».

Следует констатировать, что сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по свидетельству №728023 [1], по свидетельству №936978 [2] обусловлено фонетическим и семантическим тождеством входящих в их состав или составляющих их словесных элементов «ЛИМОН» – «ЛИМОН», а именно наличием совпадающих звуков и звукосочетаний в сравниваемых обозначениях, местом совпадающих звукосочетаний в составе обозначений, полным вхождением одного обозначения в состав другого, подобием заложенных понятий, идей, совпадением одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение: заявленное обозначение включает в состав слово «ЛИМОН», совпадающее со словом «ЛИМОН», входящим в состав противопоставленного комбинированного товарного знака по свидетельству №728023 [1], и составляющим противопоставленный словесный товарный знак по свидетельству №936978 [2]. Сходство заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №789698 [3] обусловлено фонетическим сходством входящих в их состав словесных элементов «ЛИМОН» – «ЛЕМОН», а именно наличием близких и совпадающих звуков и звукосочетаний в сравниваемых обозначениях, расположением близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, местом совпадающих звуков и звукосочетаний в составе обозначений: словесные элементы «ЛИМОН» – «ЛЕМОН» сравниваемых обозначений включают совпадающий звук «Л» в начале обозначений, совпадающие звукосочетания «МОН» в конце, при этом гласные «И» – «Е», являющиеся вторым звуком в сравниваемых обозначениях, являются чередующимися. Сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по международной регистрации №1553106 [4] и по свидетельству №624027 [5] обусловлено фонетическим сходством и семантическим тождеством входящих в их состав словесных элементов «ЛИМОН» – «LEMON», а именно наличием близких и совпадающих звуков и звукосочетаний в сравниваемых

обозначениях, расположением близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, местом совпадающих звуков и звукосочетаний в составе обозначений, подобием заложенных понятий, идей, в частности, совпадением значения обозначений в разных языках, совпадением одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение: заявленное обозначение включает в состав слово «ЛИМОН», семантически совпадающее со словом «LEMON», входящим в состав противопоставленных комбинированного товарных знаков [4], [5] («LEMON» – в переводе с английского языка «лимон»¹), также словесные элементы сравниваемых обозначений включают совпадающие звуки «Л» – «L» в начале обозначений, совпадающие звукосочетания «МОН» – «MON» в конце.

Сравниваемые обозначения имеют ряд визуальных отличий, выразившихся во включении в состав заявленного обозначения изобразительного элемента, составляющего стилизованную букву «О», напоминающего лимон, с отверстием округлой формы в центре, с листком, а также во включении в состав противопоставленного товарного знака по свидетельству №728023 [1] стилизованной буквы «О», похожей на дольку лимона, во включении в состав противопоставленного товарного знака по свидетельству №789698 [3] изобразительного элемента в виде оригинальной комбинации из десяти замкнутых линий, изогнутых в форме неправильного прямоугольника с закругленными углами, по центру которой располагается графический элемент, имеющий закругленные углы, во включении в состав противопоставленного товарного знака по международной регистрации №1553106 [4] изобразительного элемента в виде в форме неправильного прямоугольника с закругленными углами, содержащего шесть точек, во включении в состав противопоставленного товарного знака по свидетельству №624027 [5] изобразительного элемента в виде наклоненного вправо ромба в оригинальном графическом исполнении, однако, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы,

¹ Англо-русский словарь. – М.: Советская энциклопедия. В.К. Мюллер. 1969, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/944426>.

которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. Такими элементами в сравниваемых обозначениях являются именно словесные элементы «ЛИМОН», «ЛЕМОН», «LEMON», при этом элемент «ЛИМОН» в заявленном обозначении является основным доминирующим элементом, находится в обозначении на первом месте.

Изложенные обстоятельства обуславливают вывод о высокой степени сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия, за счет наличия в них фонетически и/или семантически сходных словесных элементов.

В части сопоставительного анализа перечней заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] – [5] следует отметить, что заявитель представил скорректированный перечень услуг 35 класса МКТУ и не оспаривает вывод административного органа об имеющейся высокой степени однородности сравниваемых услуг 41 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, отсутствующих в скорректированном перечне услуг 35 класса МКТУ, часть из которых идентична, а часть соотносится по роду/виду, назначению, кругу потребителей и условиям реализации.

Вместе с тем коллегия отмечает, что услуги 35 класса МКТУ *«ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; подготовка платежных документов; составление отчетов о счетах»*, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак [1] по свидетельству №728023, являются однородными услугам 35 класса МКТУ *«анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; составление налоговых деклараций; услуги по подаче налоговых деклараций»* скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения, поскольку соотносятся по роду/виду, назначению, кругу потребителей и условиям реализации, относятся к одной сфере деятельности – услуги в области бухгалтерского учета, услуги 35 класса МКТУ *«посредничество коммерческое [обслуживание]; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; управление*

внешнее административное для компаний; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; услуги субподрядные [коммерческая помощь]», в отношении которых также зарегистрирован противопоставленный товарный знак [1] по свидетельству №728023, являются однородными услугам 35 класса МКТУ «ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения, поскольку соотносятся по роду/виду, назначению, кругу потребителей и условиям реализации, относятся к одной сфере деятельности – услуги в области бизнеса, услуги 35 класса МКТУ «агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования маркетинговые; макетирование рекламы; маркетинг; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; производство рекламных фильмов; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети», в отношении которого зарегистрирован противопоставленный товарный знак [5] по свидетельству №624027, являются однородными услугам 35

класса МКТУ «консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; прогнозирование экономическое; услуги лидогенерации» скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения, поскольку соотносятся по роду/виду, назначению, кругу потребителей и условиям реализации, относятся к одной сфере деятельности – услуги в области рекламы и маркетинга.

Относительно приведенного заявителем примера регистрации товарного знака



« *Dream of Me* » №1156179 коллегия отмечает, что данный довод не может выступать в качестве убедительного мотива в обоснование возможности регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельным независимым порядком с учетом обстоятельств каждого конкретного дела. Также необходимо отметить, что указанный товарный знак существенно отличается от заявленного обозначения, а именно включает в состав иные словесные элементы, отличные от заявленного обозначения.

Относительно довода заявителя об активном использовании заявленного обозначения в коммерческом обороте необходимо указать, что данный довод не являются основанием для снятия приведенных в оспариваемом решении Роспатента противопоставлений в связи с наличием старших прав на сходные товарные знаки у иных лиц. При этом необходимо отметить, что для признания сходства обозначений достаточно уже самой опасности, а не их реального смешения в глазах потребителя.

Таким образом, принимая во внимание установленную высокую степень сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] – [5] при имеющейся высокой степени однородности услуг 35, 41 классов МКТУ, для сопровождения которых они предназначены, коллегия пришла к выводу о возможности их смешения в гражданском обороте, что свидетельствует о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса

в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ, в том числе услуг *«анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; составление налоговых деклараций; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса»*, представленных заявителем в скорректированном перечне услуг 35 класса МКТУ, и всех заявленных услуг 41 класса МКТУ.

Таким образом, все обстоятельства дела в части выводов о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса свидетельствуют об отсутствии оснований для удовлетворения поступившего возражения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 25.05.2026, оставить в силе решение Роспатента от 03.04.2026.