

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 16.12.2025, поданное ООО "АРЕАЛ", Забайкальский край, г. Чита (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024789434 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2024789434, поданной 13.08.2024, испрашивалось на имя заявителя в отношении услуг 35, 44 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.


**КИСС**

Согласно материалам заявки заявлено словесное обозначение «**КИСС**».

Роспатентом 28.10.2025 было принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024789434 в отношении части услуг 35, 44 классов МКТУ, указанных в перечне. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении иной части услуг 35, 44 классов МКТУ. Заключение по результатам экспертизы мотивировано следующим:


- заявленное обозначение (1) сходно до степени смешения со следующими товарными знаками:



- «  » (2), зарегистрированным ранее на ООО "ЦЕНТР ПРОТЕЗИРОВАНИЯ ЗУБОВ КИСС", 191002, г. Санкт-Петербург, Щербаков переулок, д. 2/58, Литер А, пом. 9-н, свидетельство № 861244 с приоритетом от 22.09.2021 г., в отношении однородных услуг 44 класса МКТУ;

- «**KIS**» (3), зарегистрированным ранее на «Ministry of Beauty B.V.», Europaweg 220 NL-7336 AR Apeldoorn, международная регистрация № 946440 с приоритетом от 19.11.2007 г., в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



- «**КИСС**» (4), «  » (5), зарегистрированными ранее на имя «Kingsway International Christian Centre», Prayer City, Buckmore Park, Maidstone Road, Chatham Kent ME59QG, международная регистрация № 898956 с конвенционным приоритетом от 05.08.2005 г., международная регистрация № 898958 с конвенционным приоритетом от 05.08.2005 г., в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- при сопоставительном анализе сравниваемых обозначений (1) и (2-5) в соответствии с вышеуказанными признаками фонетического сходства очевидно фонетическое сходство словесных элементов «КИСС» и «КИСС», «KIS», «KISS». Сравнимые обозначения квалифицируются экспертизой как сходные по фонетическому критерию сходства обозначений. Экспертизой также указано на однородность сравниваемых услуг 35, 44 классов МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 16.12.2025 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 28.10.2025.

Доводы возражения, поступившего 16.12.2025, а также последующих дополнений к нему сводятся к следующему:

- заявителем приведены выдержки из действующего законодательства, регулирующего правовую охрану товарных знаков;

- международные регистрации «КИСС» (4, 5) не действуют на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ, при этом они не сходны до степени смешения с заявленным обозначением (1);

- словесные элементы «КИСС» заявленного обозначения (1) и «КИСС», «KIS», «KISS» противопоставленных знаков (2-5) имеют различное произношение, которое требует различной артикуляции - работы отдельных произносительных органов при образовании звуков речи;
- на восприятие обозначений влияет количество и последовательность слогов, звучание и интонация;
- за счет разницы в количестве и составе слогов, разного ударения отличается общий ритм и интонирование произношения обозначений, что приводит к разному слуховому впечатлению;
- противопоставленные товарные знаки (2, 5) содержат в своем составе изобразительные элементы, что приводит к различному впечатлению и разному композиционному построению;
- заявленное обозначение «КИСС» (1) является семантически нейтральным в отношении заявленных услуг 35 и 44 классов МКТУ и не имеет конкретного устоявшегося значения, однако, имеет множество толкований, среди которых: американская рок-группа; жокей, жонглер, клоун и т.п.;
- слово «KIS» можно перевести как: маленький; информационная служба с базой знаний; зима́ и т.д.;
- противопоставленный товарный знак (2) «КИСС центр протезирования зубов» имеет прямое указание на вид деятельности - протезирование зубов. Следовательно, иного толкования при восприятии данного обозначения у потребителей не возникнет;
- противопоставленные знаки (4, 5) являются фантазийными и переводов не имеют;
- заявитель оспаривает однородность сравниваемых услуг 35, 44 классов МКТУ и считает, что они не соотносятся по имеющимся критериям однородности.

На основании изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 28.10.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2024789434 в отношении заявленного перечня услуг 35, 44 классов МКТУ.

В подтверждение своих доводов заявителем были представлены следующие документы:

- статус товарного знака по свидетельству № 898956 на территории Российской Федерации – (6);

- статус товарного знака по свидетельству № 898958 на территории Российской Федерации – (7);

- статус товарного знака по свидетельству № 946440 на территории Российской Федерации – (8).

Заявителем 11.03.2026 г. было представлено ходатайство об уточнении испрашиваемого перечня услуг 44 класса МКТУ следующим образом: *«консультации медицинские для людей с ограниченными возможностями; лечение с использованием культивированных клеток; мониторинг медицинских данных дистанционный для диагностики и лечения; помощь медицинская; прокат медицинского оборудования; прокат санитарно-технического оборудования; скрининг медицинский; служба санитарная; советы по вопросам здоровья; услуги больниц; услуги диспансеров; услуги медицинских клиник; услуги медицинского анализа для диагностических и лечебных целей, предоставляемые медицинскими лабораториями; услуги ортодонтические; услуги по оценке состояния здоровья; услуги стоматологические; услуги терапевтические; услуги эстетические; уход за больными медицинский; хирургия пластическая; контроль фитосанитарный; услуги по установке зубных протезов; предоставление информации о стоматологии; услуги косметической стоматологии; услуги по седативной стоматологии; услуги стоматологов-гигиенистов».*

Изучив материалы дела, заслушав присутствующих при рассмотрении возражения, поступившего 16.12.2025, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (13.08.2024) заявки № 2024789434 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения (1) включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

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

- 1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию (статья 1492) в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации;
- 2) товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет;
- 3) товарными знаками других лиц, признанными в установленном настоящим Кодексом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров с даты более ранней, чем приоритет заявленного обозначения.

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

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

- 1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;
- 2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв

по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

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

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

Согласно пункту 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).


Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение

« **КИСС** » является словесным и выполнено заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Регистрация заявленного обозначения (1) в качестве товарного знака испрашивается в отношении всех услуг 35 класса МКТУ и ограниченного перечня услуг 44 класса МКТУ, указанных в возражении.

В отношении несоответствия заявленного обозначения (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В заключении по результатам экспертизы заявленному обозначению (1) противопоставлены следующие товарные знаки:



- «  » (2) по свидетельству № 861244 с приоритетом от 22.09.2021 г. Правообладатель: ООО "ЦЕНТР ПРОТЕЗИРОВАНИЯ ЗУБОВ КИСС", г. Санкт-Петербург. Слова "ЦЕНТР ПРОТЕЗИРОВАНИЯ ЗУБОВ" – неохраняемые элементы. Правовая охрана товарного знака (2) действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 44 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства;

- «**KIS**» (3) по международной регистрации № 946440 с приоритетом от 19.11.2007 г. Правообладатель: «Ministry of Beauty B.V.», Europaweg 220 NL-7336 AR Apeldoorn. Правовая охрана товарного знака (3) действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне;

- «**КИСС**» (4) по международной регистрации № 898956 с конвенционным приоритетом от 05.08.2005 г., «  » (5) по международной регистрации № 898958 с конвенционным приоритетом от 05.08.2005 г. Правообладатель: «Kingsway International Christian Centre», Prayer City, Buckmore Park, Maidstone Road, Chatham Kent ME59QG.

Противопоставленным знакам (4, 5) правовая охрана в отношении услуг 35 класса МКТУ не предоставлялась на территории Российской Федерации. Согласно источникам (6, 7) с сайта <https://www3.wipo.int/madrid/monitor> в соответствии со статьей 4 Протокола к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков (Мадридский протокол), принятого 27.06.1989 г. с даты международной регистрации (31.01.2006 г.) защита считается предоставленной только в отношении товаров 09, 16, 25, услуг 36, 38, 41, 45 классов МКТУ. Таким образом, товарные знаки (4, 5) не могут быть противопоставлены заявленному обозначению (1) в отношении услуг 35 класса МКТУ.

В отношении анализа сравниваемых обозначений на предмет установления их сходства коллегия отмечает следующее.

Заявленное обозначение (1) и противопоставленные знаки (2, 3) являются фонетически тождественными, поскольку они имеют одинаковое ударение, одинаковый состав гласных и согласных звуков, расположенных в одинаковом

порядке: «КИСС» - «КИСС» - «KIS» (читается как «КИС»).

Сопоставительный анализ по семантическому критерию сходства не представляется возможным, поскольку анализ общедоступных словарей и справочников не выявил устоявшихся значений слова «КИСС» (1) в русском языке или перевода на русский язык слова «KIS» (2).

Визуально заявленное обозначение (1) и противопоставленный знак (2) имеют сходное зрительное впечатление, поскольку они выполнены буквами русского алфавита. Заявленное обозначение (1) и противопоставленный знак (3) имеют визуальные отличия ввиду использования при их написании букв разных алфавитов. Указанные обстоятельства не имеют решающего значения в силу фонетического тождества вышеуказанных сравниваемых словесных элементов.

Таким образом, заявленное обозначение (1) и противопоставленные товарные знаки (2, 3) ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Анализ однородности сравниваемых услуг 35, 44 классов МКТУ показал следующее.

Заявленные услуги 44 класса МКТУ *«консультации медицинские для людей с ограниченными возможностями; лечение с использованием культивированных клеток; мониторинг медицинских данных дистанционный для диагностики и лечения; помощь медицинская; скрининг медицинский; служба санитарная; советы по вопросам здоровья; услуги больниц; услуги диспансеров; услуги медицинских клиник; услуги медицинского анализа для диагностических и лечебных целей, предоставляемые медицинскими лабораториями; услуги ортодонтические; услуги по оценке состояния здоровья; услуги стоматологические; услуги терапевтические; услуги эстетические; уход за больными медицинский; хирургия пластическая; контроль фитосанитарный; услуги по установке зубных протезов; предоставление информации о стоматологии; услуги косметической стоматологии; услуги по седативной стоматологии; услуги стоматологов-гигиенистов»* ограниченного перечня и услуги 44 класса МКТУ *«услуги стоматологических клиник; услуги клиник зубопротезирования; консультации по вопросам протезирования зубов; протезирование зубов; имплантация зубов; ортопедия зубов; обследование медицинское, а именно стоматологическое; ортодонтия; помощь зубоврачебная; стоматология; услуги ортодонтические; услуги*

*по исправлению дефектов зубов; услуги терапевтические в стоматологии; хирургическая стоматология; услуги отбеливания зубов; услуги чистки зубов; услуги по установке виниров; услуги по установке зубных коронок; услуги по установке зубных протезов; услуги по лечению кариеса; услуги по лечению пульпита; услуги по лечению периодонтита; услуги по удалению зубов; услуги по лечению прикуса зубов»* противопоставленного знака (2) связаны с медициной, оказанием медицинской помощи, при этом либо идентичны, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение (оказываются с целью лечения, выздоровления) и круг потребителей (пациенты, нуждающиеся в оказании медицинской помощи), относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 44 класса МКТУ *«прокат медицинского оборудования; прокат санитарно-технического оборудования»* являются сопутствующими по отношению к вышеуказанным услугам 44 класса МКТУ товарного знака (2) медицинского назначения, поскольку они обладают совместной встречаемостью в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«администрирование программ лояльности потребителей; демонстрация товаров; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги манекенищиков для продвижения товаров; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной*

*торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; проведение промоакций; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; аромабрендинг; вендинг; услуги мерчендайзеров; услуги по исследованию покупательских предпочтений; организация торгово-закупочной деятельности» и услуги 35 класса МКТУ «wholesaling, purchase and sale and import and export of hair care preparations, skin care products and cosmetic products» («оптовая торговля, купля-продажа, а также импорт и экспорт средств по уходу за волосами, кожей и косметической продукцией») противопоставленного знака (3) относятся к сбыту, торговле, то есть соотносятся как род (вид), имеют общее назначение и круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.*

*Заявленные услуги 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; услуги манекенищиков для рекламы товаров; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц;*

*составление рекламных материалов; выпуск рекламных листов; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях; сэмплинг; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога»* относятся к рекламе и не могут быть признаны однородными по отношению к услугам торговли и сбыта вышеуказанного товарного знака (3) ввиду разного назначения, круга потребителей.

Заявленная услуга 35 класса МКТУ *«регистрация данных и письменных сообщений»* относится к офисной службе и не может быть признана однородной по отношению к услугам торговли и сбыта вышеуказанного товарного знака (3) ввиду разного рода (вида), иного назначения, круга потребителей.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ *«профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; разработка маркетинговых концепций; услуги лидогенерации»* относятся к услугам маркетинга, под которым понимается совокупность действий, цель которых – убедить покупателей приобрести продукцию фирмы. Маркетинг включает проведение мероприятий по распространению и рекламированию выпускаемой продукции. Кроме того, он предполагает изучение рынка, для того чтобы определить вероятную реакцию покупателя на планируемые к производству новые продукты и выяснить, можно ли повысить привлекательность уже выпускаемых продуктов путем их модификации. В конечном счете никакой маркетинг не поможет продать те продукты, которые не нравятся покупателям; однако плохой маркетинг может привести к неудачам в сбыте продукта, который мог бы понравиться покупателям (см. «Экономика. Толковый словарь», М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь мир». Дж. Блэк. Общая ред.: д.э.н. Осадчая И.М., <https://dic.academic.ru/>). Как видно, реклама также рассматривается как часть маркетинга. Следовательно, вышеуказанные заявленные услуги маркетинга 35 класса МКТУ не могут быть признаны однородными по отношению к услугам продаж и сбыта вышеуказанного товарного знака (3) ввиду разного назначения и круга потребителей.

С учетом высокой степени однородности части услуг 35 класса МКТУ, услуг 44 класса МКТУ, а также фонетического тождества, визуального сходства

сопоставляемых обозначений (1) и (2, 3) риск их смешения в гражданском обороте увеличивается. Вместе с тем, для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения противопоставленных товарных знаков (2, 3) и спорного обозначения (1) обычными потребителями соответствующих услуг.

Таким образом, с учетом всех вышеперечисленных признаков у коллегии есть основания для вывода о том, что сравниваемые обозначения (1) и (2, 3) ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

На основании проведенного анализа коллегия пришла к заключению о том, что заявленное обозначение (1) и противопоставленные товарные знаки (2, 3) являются сходными до степени смешения в отношении части однородных услуг 35 класса МКТУ и части услуг 44 класса МКТУ заявленного перечня.

Следовательно, заявленное обозначение (1) в отношении вышеуказанной части услуг 35 и 44 классов МКТУ не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, что правомерно указано в заключении по результатам экспертизы.

Вместе с тем, как было установлено выше, в отношении иной части услуг 35 класса МКТУ заявленное обозначение (1) не противоречит требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 16.12.2025, изменить решение Роспатента от 28.10.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2024789434.**