

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утверждёнными 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) (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 16.06.2025, поданное ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ЗЕРО ПОИНТ», г. Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023825413, при этом установлено следующее.





Комбинированное обозначение « _____ » по заявке № 2023825413, поданной 18.12.2023, было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака (знака обслуживания) на имя заявителя в отношении товаров и услуг 25, 29, 30, 32, 33, 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), перечисленных в заявке.

Роспатентом 18.02.2025 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023825413 по основаниям, предусмотренным пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы заявленного обозначения,

являющемся неотъемлемой частью решения Роспатента, установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:




- с обозначениями «  » и «  », ранее заявленными на регистрацию на имя Акционерного общества "ЭрДжи Брендс", Республика Казахстан, по заявкам № 2023797320 и № 2023797311 (дата подачи: 11.10.2023) в отношении товаров и услуг 05, 29, 30, 32, 35 классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам и услугам 29, 30, 32, 33, 35 классов МКТУ;

ZERO

- с товарным знаком « **ZERO** » по свидетельству № 452789 с приоритетом от 15.02.2010, зарегистрированным на имя Дзе Кока-Кола Компани, Соединенные Штаты Америки, в отношении товаров 32 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 32, 33 классов МКТУ;

- с товарным знаком « **POINT ZERO** » по свидетельству № 355735 с приоритетом от 12.12.2006, зарегистрированным на имя Бенисти Импорт Экспорт Инк., Канада, в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ;



- со знаком «  » по международной регистрации № 1570565 с приоритетом от 01.09.2020, зарегистрированным на имя ZERO Holding GmbH & Co. KG, Германия, в отношении товаров и услуг 05, 35 классов, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ;

ze ro

- со знаками « **ze ro** » по международной регистрации № 908375 с приоритетом от 29.09.2006 и « **zero** » по международной регистрации № 655298 с приоритетом от 11.02.1999, зарегистрированными на имя Winter Holding GmbH & CO KG, Германия, в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 16.06.2025 поступило возражение, в котором выражено несогласие заявителя с принятым Роспатентом решением. Доводы возражения сводятся к следующему:

- отсутствие сходства до степени смешения с противопоставленными обозначениями по заявкам №2023797320, №2023797311 и товарными знаками по свидетельствам №1570565, №452789, №908375, №355735, №655298;

- заявленное обозначение не является сходным с противопоставленными товарными знаками по фонетическому, смысловому и графическому признакам сходства;

- заявленное обозначение обладает высокой степенью известности и узнаваемости, ассоциируется с деятельностью заявителя;

- заявленное обозначение «ZERO POINT» является транслитерацией фирменного наименования заявителя и существует с 16.06.2022, что подтверждается сведениями из ЕГРЮЛ;

- заявитель получил письмо согласие от правообладателя противопоставленного товарного знака по свидетельству № 452789.

На основании изложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента от 18.02.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023825413 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 25, 29, 30, 32, 33, 35 классов МКТУ.

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

С учетом даты (18.12.2023) поступления заявки № 2023825413 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утверждённые приказом Министерства экономического развития Российской

Федерации от 20.07.2015 № 482 с изменениями (далее – Правила).

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 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.

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

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

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

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

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

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков:

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

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

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

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

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

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

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с 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 и представляется в подлиннике для приобщения к документам заявки.



Заявленное обозначение «
» по заявке № 2023825413, поданной 18.12.2023, включает словесные элементы «ZERO POINT», выполненные буквами латинского алфавита в две строки. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров и услуг 25, 29, 30, 32, 33, 35 классов МКТУ, указанных в заявке.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В рамках применения положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса регистрации обозначения по заявке № 2023825413 в качестве товарного знака, согласно

оспариваемому решению, препятствовали товарные знаки «**ZERO**» по свидетельству № 452789, «**POINT ZERO**» по свидетельству № 355735, со

знаками «» по международной регистрации № 1570565,

«**ZeTO**» по международной регистрации № 908375,

«**zero**» по международной регистрации № 655298 и обозначениями



«
» по заявке № 2023797320, «



» по заявке № 2023797311.

Вместе с тем коллегией учтено, что в отношении обозначений по заявкам № 2023797320 и № 2023797311 Роспатентом от 29.05.2025 принято решение об отказе в регистрации соответствующий обозначений в качестве товарного знака. В связи с изложенным указанные противопоставления более не подлежат учету при оценке заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявитель обратил внимание на обстоятельства, которые не могли быть учтены при принятии Роспатентом оспариваемого решения.

К таким обстоятельствам относится то, что заявителем получено письменное согласие от правообладателя противопоставленного товарного знака по свидетельству № 355735 на регистрацию товарного знака по заявке № 2023825413 в отношении товаров 25 класса МКТУ.

С учетом приведенных в абзаце 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса положений о том, что регистрация товарного знака, сходного до степени смешения с противопоставленным товарным знаком, допускается при наличии согласия его правообладателя, в том случае, если не способна ввести потребителя в заблуждение, необходимо отметить следующее.

Согласно требованиям законодательства, при рассмотрении вопроса регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака с согласия правообладателя противопоставленного товарного знака следует учитывать, что вероятность возникновения смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака существенно возрастает, в частности, в случае, если:

1. заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак имеют степень сходства, приближенную к тождеству;
2. противопоставленные товарные знаки широко известны среди потенциальных потребителей товара и ассоциируются с конкретным производителем;
3. противопоставленный знак является коллективным или общеизвестным товарным знаком.

Так, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак не

тождественны, имеют отдельные визуальные различия, при этом противопоставленный товарный знак не является коллективным и общеизвестным, кроме того, коллегия не имеет сведений о его широкой известности.

Таким образом, наличие письма-согласия от правообладателя противопоставленного знака, возможность предоставления которого предусмотрена положениями абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, при отсутствии введения потребителя в заблуждение, позволяет снять указанное противопоставление в испрашиваемых заявителем товаров 25 класса МКТУ.

Таким образом, в качестве препятствующих регистрации заявленного



обозначения «» учитываются товарные знаки «» по

свидетельству № 452789, со знаками «» по международной

регистрации № 1570565, «» по международной регистрации

№ 908375, «» по международной регистрации № 655298.

Наиболее значимые элементы заявленного комбинированного обозначения являются слова «ZERO POINT», обеспечивающие восприятие обозначения и его запоминание потребителями, а также обуславливающие отличительную функцию обозначения в целом.

В противопоставленных регистрациях №№ 452789, 1570565, 908375, 655298 основными индивидуализирующими элементами являются словесные элементы «ZERO», поскольку именно он формируют общее впечатление от товарных знаков, способствует их запоминанию потребителями и выполняет основную индивидуализирующую функцию, в то время как изобразительные элементы имеют вспомогательное значение.

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки представлены фонетически сходными элементами «ZERO POINT» / «ZERO»: фонетическое сходство определяется наличием близких и совпадающих звуков в сравниваемых

обозначениях; расположением близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличием совпадающих слогов и их расположением; местом совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близостью состава гласных; близостью состава согласных; характером совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое.

Графическое сходство сравниваемых обозначений определяется общим зрительным впечатлением, обусловленным использованием латинского алфавита, сходством начертания букв (печатные заглавные) и их последовательности. При этом визуальный критерий в данном случае не является определяющим, визуальное восприятие обозначений в целом формируется за счет их словесных частей.

Что касается смыслового сходства, следует учитывать, что обозначение «ZERO POINT» с английского языка на русский язык переводится как «НУЛЕВАЯ ТОЧКА», см. Интернет <https://translate.google.ru/?sl=auto&tl=ru&text=ZERO%20POINT&op=translate>, и др. В то же время противопоставленные обозначения «ZERO» в переводе с английского языка означают «НОЛЬ», см. Интернет <https://translate.google.ru/?sl=auto&tl=ru&text=ZERO&op=translate>, и др. Таким образом, сравниваемые обозначения являются близкими по смыслу.

Резюмируя сказанное, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак характеризуются фонетическим, графическим и смысловым сходством, вследствие чего в целом воспринимаются как сходные. При этом степень сходства нельзя признать низкой ввиду большинства признаков, свидетельствующих о сходстве.

Анализ однородности товаров и услуг, представленных в заявке № 2023825413 и противопоставленных регистрациях, показал следующее.

Заявленные товары 25 класса МКТУ *«апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы футбольные; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеющиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда];*

галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; мантильи; манто; маски для лица [одежда], не предназначенные для медицинских или санитарных целей; маски для сна; меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; обувь; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда спортивная с цифровыми датчиками; одежда форменная; одежда; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки велосипедные; перчатки водительские; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда];

пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; рубашки с короткими рукавами; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; термоперчатки для устройств с сенсорным экраном; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли комнатные; туфли; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; ханбок [корейская традиционная одежда]; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты; краги; одежда шахтерская; костюм для занятия спортом; леотарды [спортивные купальники]; одежда для занятий зимними видами спорта; одежда для игры в теннис; одежда для мотоциклистов; рашгарды [одежда спортивная]; болеро; джемперы; одежда для беременных; топы; подрясники; рясы; шапочки кардинальские; бадлоны [водолазки]; жакеты; пиджаки; тенниски; толстовки; худи [одежда]; парео; кигуруми [пижамы]; одежда свадебная; анораки; накидки; норфолки [одежда верхняя]; палантины; пихоры [одежда]; слингокуртки; тренкоты [одежда верхняя]; бермуды; бордшорты; джинсы; шаровары; шорты; килты [одежда]; крыжмы крестильные; ползунки; пинетки; распашонки; бретели для бюстгалтеров; бюстье; комбидрессы; термобелье; сорочки ночные; корслеты; гольфы; подследники; термоноски; обувь для сноубордистов; обувь альпинистская; кроссовки; носки для пляжных видов спорта; футы [обувь спортивная]; бабуши [обувь]; кеды; пуанты; сапоги резиновые; таби [традиционные японские носки]; стельки самонагревающиеся; протекторы противоскользкие для обуви; балаклавы; бейсболки; бескозырки; жокейки [головные уборы]; картузы; токи [головные уборы]; фуражки; ремни для одежды» являются однородными с товарами 25 класса МКТУ «*Vêtements de dessus, y compris vêtements tricotés et tissés à mailles; articles chaussants, couvre-chefs, ceintures*

(à l'exception des ceintures en métaux précieux et métaux non précieux et leurs imitations) (habillement); gants, châles, foulards et fichus en tant que châles» / «Верхняя одежда, включая вязаные и тканые изделия; обувь, головные уборы, пояса (за исключением поясов из драгоценных и недрагоценных металлов и их имитаций) (одежда); перчатки, шали, шарфы и платки, используемые в качестве шалей» по международным регистрациям № 908375, № 655298 поскольку соотносятся как род и вид, имеют одинаковый круг потребителей, условия реализации, а также являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми.

Заявленные товары 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вино ячменное [пиво]; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; гранулы хмеля для пивоварения; квас; коктейли безалкогольные; коктейли на основе пива; коктейли на основе пива безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; пиво; пиво безалкогольное; пиво имбирное; пиво солодовое; порошки для изготовления газированных напитков; порошки для приготовления безалкогольных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сидр безалкогольный; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; сок томатный [напиток]; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; составы для приготовления безалкогольных напитков; составы для производства газированной воды; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; таблетки для изготовления газированных напитков; хмель замороженный для пивоварения; шенди; шербет [напиток]; экстракты

фруктовые безалкогольные; экстракты хмелевые для изготовления пива; эссенции безалкогольные для приготовления напитков; воды ароматизированные; сок кокосовый; морсы; нектары; взвары; напитки спортивные; пиво самопроизвольного брожения, ароматизированное фруктами; концентраты соков [ингредиенты для составления напитков], включенные в 32 класс» и товары 33 класса МКТУ «аперитивы; арак; биттеры [горькие спиртные напитки]; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасао [ликер]; ликер анисовый; ликеры; ликеры мятные; макколи; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, за исключением пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; соджу; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые; водка можжевельная; бальзамы [напитки]; наливки; напитки энергетические алкогольные; пуниши; вермуты; вина игристые» однородны товарам 32 класса МКТУ «пиво; минеральные и газированные воды и прочие безалкогольные напитки; фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков, энергетические напитки» противопоставленного товарного знака по свидетельству № 452789, поскольку включают родовые и видовые наименования, следовательно, сопоставляемые товары имеют общее назначение, сходные условия реализации и круг потребителей, в связи с чем являются однородными.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; изучение

общественного мнения; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; 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; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение

продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; 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; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; 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; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листовок; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; опросы социологические; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес – инкубаторов; организация торгово-закупочной деятельности; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога» однородны услугам 35 класса МКТУ «Retail and wholesale services, including via the internet, in relation to the mentioned goods in classes 01, 02, 05, 06, 07, 08, 09, 17, 19, 20, 27» / «Розничные и оптовые услуги, в том числе через Интернет, в отношении указанных товаров по классам 01, 02, 05, 06, 07, 08, 09, 17, 19, 20, 27» по международной регистрации № 1570565, «Vente au détail (également vente par correspondance, par le canal des programmes de téléachat de même que par Internet) concernant les vêtements, articles de chapellerie et articles chaussants,

articles en cuir (y compris vêtements), cosmétiques, produits de parfumerie, produits de soins pour le corps et produits de beauté, articles de lunetterie, montres, articles de bijouterie; présentation des produits dans les magasins et les salons ainsi qu'au moyen de supports de communication à des fins de vente au détail; recherches de marché pour des tiers; conseil en économie; services de consultant professionnel en organisation et en affaires (franchisage)» / «Розничная торговля (также по почте, через программы телемаркетинга, а также через Интернет) одеждой, головными уборами и обувью, изделиями из кожи (включая одежду), косметикой, парфюмерией, средствами по уходу за телом и косметическими товарами, товарами повседневного спроса и т. д. от очков, часов, ювелирных изделий; презентация товаров в магазинах и салонах, а также с помощью средств массовой информации для целей розничной торговли; маркетинговые исследования для третьих лиц; экономический Консалтинг; услуги профессионального организационного и делового консультанта (франчайзинг)» по международной регистрации № 908375, «Recherche de marché pour compte de tiers; consultations économiques Market research for third parties; economic consultancy» / «Маркетинговые исследования от имени третьих лиц; экономические консультации маркетинговые исследования для третьих лиц; экономический Консалтинг» по международной регистрации № 655298, поскольку относятся к сфере розничной и оптовой торговли, презентации товаров для целей продажи, рекламного и маркетингового продвижения, исследования рынка, экономического консультирования, организации и управления бизнесом. Сопоставляемые услуги имеют общее назначение, сходные условия оказания, могут предоставляться одними и теми же лицами одному и тому же кругу потребителей, в связи с чем являются однородными.

Заявитель однородность товаров и услуг 25, 29, 30, 32, 33, 35 классов МКТУ не оспаривает.

Сходство заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками по свидетельству № 452789 и международным регистрациям № 1570565, № 908375, № 655298 наряду с однородностью товаров 25, 32, 33 и частью услуг 35 классов МКТУ, представленных в соответствующих перечнях, свидетельствует о

несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем заявленное обозначение может быть зарегистрировано в отношении всех товаров 29 и 30 классов МКТУ и часть услуг 35 класса МКТУ, поскольку противопоставления по заявкам № 2023797320 и № 2023797311 не подлежат учету в связи с принятием по ним Роспатентом решений об отказе в государственной регистрации товарного знака.

Довод заявителя об использовании обозначения «ZERO POINT» не может быть принят во внимание, поскольку действующее законодательство не предусматривает учета фактического использования обозначения при наличии ранее зарегистрированных товарных знаков с более ранними датами приоритета.

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

удовлетворить возражение, поступившее 16.06.2025, отменить решение Роспатента от 18.02.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2023825413.