


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 06.10.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "Мерлион" (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023828531 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Комбинированное обозначение «» по заявке № 2023828531 с приоритетом от 22.12.2023 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 09 класса МКТУ и услуг 35 и 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 21.07.2025 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023828531 в отношении части заявленных товаров 09 класса МКТУ. В отношении остальной части заявленных товаров 09 класса МКТУ и услуг 35 и 41 классов МКТУ заявленному обозначению было отказано в регистрации ввиду его несоответствия требованиям пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.


Основанием для принятия решения послужило заключение экспертизы, согласно которому установлено, что на имя заявителя Общества с ограниченной ответственностью "Мерлион" ранее зарегистрирован тождественный товарный знак «MERLION» по свидетельству №286411 с приоритетом от 08.01.2004г. в отношении части тождественного перечня товаров 09 класса МКТУ. В случае регистрации товарного знака по заявке №2023828531 заявитель станет обладателем исключительного права на тождественный товарный знак.

Следует отметить, что в соответствии со статьей 1481 Кодекса свидетельство на товарный знак удостоверяет исключительное право владельца на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве, то есть, очевидно, что исключительное право удостоверяется только одним документом. Таким образом, поскольку заявителем по заявке №2023828531 и правообладателем товарного знака №286411 является одно и то же лицо, то ранее зарегистрированный товарный знак №286411 будет препятствовать регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении части заявленных товаров 09 класса МКТУ (а именно «компьютеры; схемы интегральные»).

Вместе с тем заявленное обозначение сходно до степени смешения с



MERLION

товарным знаком «» по свидетельству №889162, с приоритетом от 03.11.2021, зарегистрированным на имя "Общества с ограниченной ответственностью "Мерлион"", г. Владивосток, для однородных услуг 35, 41 классов МКТУ.

В связи с изложенным заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений, предусмотренных пунктом 6 статьи 1483 Кодекса, в отношении товаров и услуг 25, 35, 41 классов МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 06.10.2025 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- в своем возражении заявитель не приводит доводов относительно несогласия с выводом Роспатента в части отказа в регистрации в отношении части товаров 09 класса МКТУ;

- по мнению заявителя, заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №889162;

- словесный элемент «Merlion» товарного знака № 889162 имеет семантическое значение (ассоциируется с мифическим существом мерлайон, которое имеет голову льва и тело рыбы), в то время как заявленное обозначение не имеет семантического значения, также обозначения производят различное общезрительное впечатление и произносятся по-разному [МРЛИОН / МЕРЛИОН] – [МЕРЛАЙОН];

- услуги 35, 41 классов МКТУ товарного знака № 889162 не являются однородными услугам, в отношении которых заявлено обозначение по заявке №2023828531;

- отсутствует вероятность смешения обозначения и товарного знака №889162, так как обозначение широко известно на рынке, заявитель длительно использует обозначение, заявитель является правообладателем серии товарных знаков со словесным элементом «Merlion», потребителями заявителя и правообладателя противопоставленного знака являются профессиональные участники рынка.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров 09 класса МКТУ и услуг 35 и 41 классов МКТУ.

К возражению приложены:

1. Скриншот поисковой системы Google по запросу «что такое мерлион»;
2. Презентация о деятельности ООО «Мерлион»;
3. Скриншот сайта merlion.com.

Изучив материалы дела, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (22.12.2023) поступления заявки №2023828531 на регистрацию товарного знака 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 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

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

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

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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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.

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.


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.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их

потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).



Заявленное обозначение «  » по заявке №2023828531 представляет собой комбинированное обозначение, включающее в себя слово «MERLION» с графической проработкой буквы «Е», выполненное буквами латинского алфавита.


Согласно просительной части возражения правовая охрана испрашивается в отношении товаров 09 класса МКТУ, услуг 35 и 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

В своем возражении не приводит доводов относительно несогласия с выводом Роспатента в части отказа в регистрации в отношении части товаров 09 класса МКТУ.

В решении Роспатента от 21.07.2025 было указано, что заявленное



MERLION

обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком «  » по свидетельству №889162, знак действует в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ.

Коллегией установлено, что заявленное обозначение является комбинированным, сильным элементом которого является элемент «MERLION» [МЕР-ЛИ-ОН], он способен хорошо прочитываться.

Сравниваемые обозначения содержат фонетически тождественный элемент «MERLION» [МЕР-ЛИИ-ОН].

Анализ словарно-справочных источников информации показал, что слово «merlion» отсутствует в словарях в качестве лексической единицы, имеющей определенное семантическое значение.

Вместе с тем, как указывает и сам заявитель, слово «merlion» способно ассоциироваться с мифическим существом с телом рыбы и головой льва (см. приложение к возражению №1 - скриншот поисковой системы Google по запросу «что такое мерлион»), также следует отметить, что в противопоставленном товарном знаке словесный элемент «merlion» дополнен графической визуализацией самого мифического существа. Указанное приводит к выводу о том, что заявленное обозначение способно ассоциироваться с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №889162.

Графически, сравниваемые обозначения производят различное общезрительное впечатление за счет наличия в противопоставленном знаке изобразительного элемента в виде мифического животного, вместе с тем, сильные элементы знаков, слова «merlion», выполнены буквами одного алфавита, что сближает знаки графически.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о фонетическом и семантическом тождестве сравниваемых знаков, а также их графическом сходстве, что следует признать высокой степенью сходства знаков в целом.

Анализ однородности испрашиваемых к регистрации услуг показал, что услуги 35 класса МКТУ *«абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных;*

ведение бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации 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 резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; 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 подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора;

помощь административная в вопросах тендера; 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 информации телефонных справочников; 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 офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; 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; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных;

сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; 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 компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; 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 манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; 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 приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса» включают рекламу, управление бизнесом, организацию бизнеса, бизнес-администрирование и офисные функции. Указанные услуги не конкретизированы, охватывают их оказание по отношению к неограниченному кругу товаров/услуг, а следовательно, являются однородными противопоставленным услугам 35 класса МКТУ товарного знака по свидетельству №889162, который имеет аналогичный (или соотносящийся по роду-виду) перечень услуг 35 класса МКТУ, с конкретизацией некоторых позиций, а именно «*абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 43, 44, 45 классах; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение*

бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34 классах; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации 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 целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; 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, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 43, 44, 45 классах; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам

товаров и услуг 03, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 43, 44, 45 классах; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 43, 44, 45 классах; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34 классах; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная товаров, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34 классах; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей, указанных в 03 классе; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей, указанных в 03 классе; продвижение продаж для третьих лиц, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 43, 44, 45 классах; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 43, 44, 45 классах; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34, классах; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление

статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; 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, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 43, 44, 45 классах; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34, классах; услуги PPC; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34 классах; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж, указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 43, 44, 45 классах; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение

предпринимателей товарами], указанных в 03, 29, 30, 32, 33, 34 классах; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая».

Испрашиваемые услуги 41 класса МКТУ содержат тождественные позиции (или соотносящиеся по роду и виду услуги) с противопоставленным перечнем услуг 41 класса МКТУ товарного знака по свидетельству №889162, в связи с чем являются однородными.

При этом необходимо принять во внимание правоприменительную судебную практику относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров и услуг, сформулированную в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее - Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров/услуг. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров/услуг 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.

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства заявленного обозначения и противопоставленного знака и высокая степень

однородности услуг 35 и 41 классов МКТУ, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Заявитель в своем возражении просит принять во внимание известность обозначения заявителя в качестве довода о том, что сравниваемые обозначения следует признать несходными до степени смешения. Относительно вышеизложенного коллегия отмечает, что представленные заявителем материалы (презентация о деятельности ООО «Мерлион»; скриншот сайта merlion.com) в отсутствие иных фактических сведений о объёмах оказанных услуг, затрат на рекламу, мнения потребителей, не свидетельствуют о широкой известности обозначения на территории Российской Федерации. Сведения о том, что фактически стороны ведут разный бизнес и имеют разный круг потребителей не приводит к выводу о том, что сравниваемые услуги 35 и 41 классов МКТУ являются неоднородными.

Указанное свидетельствует о правомерности выводов Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 06.10.2025, оставить в силе решение Роспатента от 21.07.2025.