|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Класс МКТУ** | **Товар/услуга** | **Класс МКТУ** | **Товар/услуга** | **Позиция суда, обосновывающая однородность или неоднородность спорных товаров (услуг)** | **с/а** | **Примечания** | |
| 1 | «вещества для отделения и разложения жиров; препараты для стерилизации почвы; препараты биологические не для медицинских или ветеринарных целей; препараты биологические для ускорения компостирования; препараты биологические для очистки сточных вод; препараты биологические для переработки отходов животных; препараты биологические для разложения жиров; препараты биологические для очистки водоемов и прудов; препараты биологические для разложения нефтяных загрязнений; препараты биологические для переработки отходов фруктов и овощей; препараты из микроорганизмов, за исключением предназначенных для медицинских или ветеринарных целей; препараты ферментативные для промышленных целей; ферменты для промышленных целей; ферменты для химических целей; химикаты для отделения и разложения масел; химикаты для очистки воды» | 1 | «химические продукты, предназначенные для использования в промышленных, научных целях, в фотографии; необработанные синтетические смолы, необработанные пластмассы; удобрения; составы для тушения огня; химические вещества для закалки и пайки металлов; химические вещества для консервирования пищевых продуктов; дубильные вещества; клеящие вещества для промышленных целей» | Однородны  С учетом положений Правил и Методических рекомендаций № 138, товары «химические продукты, предназначенные для использования в промышленных, научных целях» и товары «вещества для отделения и разложения жиров; препараты для стерилизации почвы; химикаты для отделения и разложения масел; химикаты для очистки воды» относятся между собой как род-вид, поскольку последние могут быть объединены общим понятием «химические продукты, предназначенные для использования в промышленных целях». Также указанные товары имеют одно назначение, круг потребителей и условия сбыта. А товар «ферменты для химических целей» кроме того, может входить в состав товара «химические продукты» в качестве ингредиента. При этом наряду с биологическими способами, существуют химические способы очистки воды, стоков, почвы, где в качестве адсорбента применяются химические вещества. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.06.2017 по делу № СИП-467/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 1 | «удобрения» | 1 | «препараты биологические для ускорения компостирования; препараты биологические для переработки отходов животных; препараты биологические для переработки отходов фруктов и овощей» | Однородны  Указанные товары соотносятся между собой как род-вид, поскольку последние используются в процессе производства удобрений и входят в их состав в качестве ингредиента. Также указанные товары имеют одно назначение, круг потребителей и условия сбыта. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.06.2017 по делу № СИП-467/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 1 | «составы для охлаждения» | 4 | «жидкости смазочно-охлаждающие» | Однородны  Указанные товары представляют собой добавки для технических масел и моторного топлива. Так же эти товары предназначены для одного круга потребителей – владельцев автотранспортных средств и реализуются через специализированные магазины «Автозапчасти», специальные отделы «для автомобилей», «для автовладельцев», «автозапчасти» крупных ритейлеров. При указанных обстоятельствах эти товары следует признать однородными, в том числе, вследствие возможности отнесения их потребителем к одному источнику происхождения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.11.2018  по делу № СИП-538/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 2 | «препараты защитно-восстановительные, предотвращающие износ трущихся металлических поверхностей в двигателях и коробках передач транспортных средств» | 4 | «реметаллизанты и смазочные материалы» | Однородны  Указанные товары представляют собой добавки для технических масел и моторного топлива. Также эти группы товаров предотвращают износ деталей транспортных средств. При указанных обстоятельствах эти товары следует признать однородными, в том числе, вследствие возможности отнесения их потребителем к одному источнику происхождения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.11.2018  по делу № СИП-538/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 3 | «абразивы; антинакипины бытовые; антистатики бытовые; вещества ароматические [эфирные масла], используемые в качестве средства бытовой химии; вещества ароматические для отдушивания белья; вода ароматическая, используемая в качестве средства бытовой химии; красители для белья; красители для воды в туалете; масла эфирные, используемые в качестве средства бытовой химии; масла, используемые как очищающие средства; мел для чистки; мыла; мыла дезинфицирующие; мыла дезодорирующие; мыла для бритья; мыла для оживления оттенков тканей; мыла кусковые; мыла туалетные; препараты для отбеливания и прочие вещества для стирки; препараты для замачивания белья; препараты для лощения [подкрахмаливания] тканей; препараты и вещества для чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки; препараты для придания блеска белью, используемые в качестве средства бытовой химии; препараты для смягчения белья при стирке; препараты для стирки; препараты для чистки; препараты для сухой чистки; препараты для удаления красок; препараты для удаления лаков; препараты для удаления ржавчины; препараты для чистки обоев; препараты для чистки сточных труб; препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья; растворы для очистки; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; салфетки, пропитанные специальными средствами для чистки, полирования, обезжиривания различных поверхностей; сода для отбеливания; сода для стирки, чистки; соли для отбеливания, используемые в качестве средства бытовой химии; спирт нашатырный [моющее, очищающее средство]; средства для выведения пятен; средства моющие [за исключением используемых для промышленных и медицинских целей]; средства для мытья посуды; средства обезжиривающие [за исключением используемых в промышленных целях]; тряпки для уборки, пропитанные моющими средствами; щелок содовый, используемый в качестве средства бытовой химии» | 3 | «абразивы; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; красители для воды в туалете; масла, используемые как очищающие средства; масло терпентинное для обезжиривания; мыла, мыла дезинфицирующие; мыла кусковые, туалетные; мыла лечебные, пасты для полирования; пасты, зубные порошки; препараты для гигиенических целей, относящиеся к категории парфюмерно-косметических; туалетные принадлежности, препараты для замачивания белья, препараты для лощения (подкрахмаливания) тканей, препараты для полирования или придания блеска, препараты для придания блеска белью, препараты для смягчения белья при стирке, препараты для стирки, препараты для сухой чистки, препараты для удаления красок, препараты для удаления лаков, препараты для удаления паркетного воска, препараты для удаления ржавчины, препараты для чистки, препараты для чистки сточных труб, препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья, растворы для очистки, сода для отбеливания; сода для стирки, чистки; соли для отбеливания, спирт нашатырный (моющее, очищающее средство), средства для выведения пятен, средства моющие (за исключением используемых для промышленных и медицинских целей), средства обезжиривающие (за исключением используемых в промышленных целях), шампуни для мытья комнатных животных» | Однородны  Сравниваемые товары/услуги аналогичны либо однородны, имеют сходные потребительские свойства, один род и вид, одно функциональное назначение, один круг потребителей, один рынок оказания услуг;  Кроме того сопоставляемые товары либо идентичны, либо относятся к одному роду товаров (препараты для стирки, чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки, либо товары для гигиенических и косметических целей), имеют одно назначение (для стирки и уборки, уход за кожей), один круг потребителей (потребители моющих и чистящих средств и косметических товаров), один рынок сбыта (хозяйственных товаров); | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.07.2018  по делу № СИП-605/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции, не оспаривался и поддержан президиумом СИП | |
|  | «деятельность по производству и реализации косметических средств для окрашивания ресниц и бровей» | 3 | «мыла; парфюмерия, эфирные масла, косметика, лосьоны для волос; пасты зубные; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; вата хлопковая для косметических целей, палочки ватные; гель для отбеливания зубов; пасты зубные; препараты для полирования зубных протезов» | Однородны  Указанные товары (деятельность по производству товаров) являются однородными, поскольку они могут быть взаимодополняемы либо взаимозаменяемы, реализуются в общих местах продажи, имеют общий круг потребителей, в связи с чем могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения.  Так же товары «средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; тушь для ресниц», как и товары «пасты зубные; препараты для полирования зубных протезов» относятся к одной родовой группе - товары парфюмерно-косметические.  Более того сопоставляемые товары имеют совпадающие каналы реализации через розничные сети аптек или отделы универсамов, предлагающих парфюмерно-косметическую продукцию. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.08.2017 по делу № СИП-199/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 3,  5,  11 | [3 класс:](consultantplus://offline/ref=1569DE74B8746FB1E3C3E413A14B1F0333D2D363CB81DCF5E356FE590E2FA87CBCC34A7FC2044610616ED21145A62FE795539A57505CC9F6cCI) «амбра (парфюмерия), вещества ароматические (эфирные масла), вода ароматическая, вода жавелевая, вода лавандовая, вода туалетная, дезодоранты для личного пользования, древесина ароматическая, духи, изделия парфюмерные, ионон (парфюмерный), ладан, масла для духов и ароматических средств, масла эфирные, масла эфирные из кедра, масла эфирные из лимона, масло бергамотовое, масло гаультериевое, масло жасминное, масло лавандовое, масло миндальное, масло розовое, мускус (парфюмерия), мыла дезодорирующие, мята для парфюмерии, одеколон, основы для цветочных духов, палочки фимиамные, препараты для гигиенических целей, относящиеся к категории парфюмерно-косметических, смеси ароматические из цветов и трав, составы для окуривания ароматическими веществами, средства туалетные против потения, терпены (эфирные масла), экстракты цветочные (парфюмерные), эссенции эфирные, эссенция из бадьяна, эссенция мятная (эфирное масло)»;  [5 класс](consultantplus://offline/ref=1569DE74B8746FB1E3C3E413A14B1F0333D2D363CB81DCF5E356FE590E2FA87CBCC34A7FC3004A1B616ED21145A62FE795539A57505CC9F6cCI): «дезодоранты (за исключением предназначенных для личного пользования), дезодораторы для одежды или текстильных изделий, препараты для освежения воздуха»;  [11 класс](consultantplus://offline/ref=1569DE74B8746FB1E3C3E413A14B1F0333D2D363CC81DCF5E356FE590E2FA87CBCC34A7FC2024711616ED21145A62FE795539A57505CC9F6cCI): «аппараты для дезодорации воздуха, аппараты для ионизации воздуха, приборы дезодорационные (за исключением предназначенных для личного пользования), приборы для окуривания» | 3;  5 | 3 класс: «продукты для очистки воздуха, эфирные масла, эссенции, духи, парфюмерия»;  5 класс: «продукты для очистки воздуха и дезодоранты, гигиенические, освежители воздуха» | Однородны  Перечисленные товары однородны, т.к. относятся к товарам одной родовой группы - парфюмерным товарам, имеют общее назначение - очистка, освежение, улучшение качества воздуха, формирование в окружающем человека пространстве приятных запахов. Независимо от состава материала, из которого может быть изготовлена основа этих товаров, все они включают в состав вещества, необходимые для достижения их функционального назначения. Перечисленные признаки относятся к категории основных, поэтому некоторые различия при сравнении этих товаров по вспомогательным признакам (таким как место продажи и круг потребителей) не могут повлиять на общий вывод об их однородности.  Кроме того при определении однородности товаров целесообразно учитывать, предназначены ли товары для длительного пользования или краткосрочного, а также какой стоимостью они обладают (например, дорогостоящие или дешевые). В отношении товаров краткосрочного пользования или дешевых степень внимательности покупателей снижается, и вероятность смешения соответственно увеличивается. | Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.02.2016 по делу № СИП-96/2015  ([Определением](consultantplus://offline/ref=4EC9986B34B8DBD573F43551909CA308E8B0EEA047DD9EFE79C25D94C3A450956DB708AADEA9EDAE694C9352BDAEE8B6k6g2I) Верховного Суда РФ от 31.05.2016 № 300-ЭС16-4744 в передаче дела в Судебную коллегию по экономическим спорам Верховного Суда РФ отказано) | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 3 | «шампуни, маски и краски для волос, средства для завивки для волос, крема, средства для мытья кожи» | 44 | «медицинский, гигиенический и косметический уход» | Однородны  Сопоставляемые товары и услуги являются однородными, поскольку являются товарами и услугами одного рода и вида, имеют одно назначение, один круг потребителей, один рынок сбыта, являются взаимодополняемыми.  При этом в целом услуги существуют не сами по себе, а предназначены для определенного вида деятельности. Так, например, конкретная услуга «гигиенический и косметический уход» ([42-го класса](consultantplus://offline/ref=0825B97DC06DE4A7A7C41BD9E6E44DD58D78A64FFD7054F0E8FD815BEF4118E0D41574021863D3AE03E46D784975856A2496E4C6F0FD4DaFG1L) МКТУ), «парикмахерские» ([44-го класса](consultantplus://offline/ref=0825B97DC06DE4A7A7C41BD9E6E44DD58D78A64FFD7054F0E8FD815BEF4118E0D41574021969DAA203E46D784975856A2496E4C6F0FD4DaFG1L) МКТУ) предназначены для реализации конкретного товара, а именно «средства для ухода за волосами; средства для окрашивания волос» ([3-го класса](consultantplus://offline/ref=0825B97DC06DE4A7A7C41BD9E6E44DD58D78A64FFE7054F0E8FD815BEF4118E0D4157402186ADAA303E46D784975856A2496E4C6F0FD4DaFG1L) МКТУ) и так далее. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.03.2016 по делу № СИП-57/2015 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 3 | «жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; препараты для удаления ржавчины; препараты для чистки; растворы для очистки; средства моющие [за исключением используемых для промышленных и медицинских целей]; средства обезжиривающие [за исключением используемых в промышленных целях]» | 3, 4 | 3 класс: «абразивы и абразивные материалы, в том числе притирочная паста; авто шампуни; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; пасты для мытья автомобилей; полироли для автомобилей; препараты для удаления ржавчины; препараты для полирования и придания блеска, в том числе пасты для полирования; препараты для чистки транспортных средств, в том числе автомобилей; средства моющие для транспортных средств, в том числе автомобилей [за исключением используемых для промышленных и медицинских целей]; средства для чистки салонов автомобилей, в том числе кожаной обивки; средства для мытья карбюраторов, инжекторов, двигателей автомобилей»  4 класс: «средства для удаления пыли» | Однородны  Перечисленные товары предназначены для одного круга потребителей - владельцев автотранспортных средств и реализуются через специализированные магазины «Автозапчасти», специальные отделы «для автомобилей», «для автовладельцев», «автозапчасти» крупных ритейлеров. При указанных обстоятельствах эти товары признаны однородными в том числе, вследствие возможности отнесения их потребителем к одному источнику происхождения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.11.2018  по делу № СИП-538/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 5 | «диетические вещества и препараты; биологически активные добавки к пище; добавки пищевые, предназначенные для человека; питание детское; напитки минеральные; напитки витаминизированные» | 29, 30, 32 | 29 класс: «жир кокосовый; жиры пищевые; компоты (десерт из вареных фруктов); крокеты; коктейли молочные; масла пищевые; масло какао; муссы овощные; напитки молочные с преобладанием молока; супы; хлопья картофельные»; 30 класс: «батончики злаковые; батончики злаковые с высоким содержанием белка; вафли; галеты солодовые; заменители кофе; заменители кофе растительные; какао; карамель; конфеты; кофе; крекеры; крупы пищевые; леденцы; мука пищевая; муссы десертные [кондитерские изделия]; мюсли; напитки какао-молочные; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; напитки чайные; напитки шоколадно-молочные; напитки шоколадные; напитки на базе какао; настои нелекарственные; овес дробленый; овес очищенный; орех мускатный; пастилки [кондитерские изделия]; печенье; продукты зерновые; продукты на основе овса; пюре фруктовые [соусы]; ростки пшеницы для употребления в пищу; семя льняное для употребления в пищу; хлопья [продукты зерновые]; чай; эссенции пищевые, за исключением эфирных эссенций и эфирных масел; ячмень очищенный»;  32 класс: «воды, включенные в 32 класс; воды газированные; воды минеральные [напитки]; коктейли безалкогольные; молоко миндальное [напиток]; напитки безалкогольные; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки фруктовые» | Однородны  С учетом положений статьи 1 Федерального закона от 01.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» пищевые продукты - продукты в натуральном или переработанном виде, употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция (в том числе пиво), безалкогольные напитки, жевательная резинка, а также продовольственное сырье, пищевые добавки и биологически активные добавки.  В этой же статье установлено, что продукты детского питания - предназначенные для питания детей в возрасте до 14 лет и отвечающие физиологическим потребностям детского организма пищевые продукты; продукты диетического питания - предназначенные для лечебного и профилактического питания пищевые продукты; биологически активные добавки - природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов.  В пункте 9 статьи 2 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» содержится следующее определение понятия «продовольственные товары» - продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки.  Таким образом, законодатель непосредственно относит такие товары как детское питание, продукты диетического питания, напитки, пищевые добавки и биологически активные добавки к продуктам питания (продовольственным товарам).  Следовательно, с учетом вышеприведенных определений понятий «пищевые продукты» и «продовольственные товары», товары 5-го класса МКТУ «биологически активные добавки к пище; добавки пищевые, предназначенные для человека; питание детское; напитки минеральные; напитки витаминизированные» и товары 29, 30 и 32 классов, для индивидуализации которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, имеют общую родовую принадлежность.  Также указанные товары имеют общее назначение - удовлетворение потребностей человека в пище. Наличие особенностей в назначении такого товара как детское питание не влияет на общий вывод о едином общем назначении этих товаров.  Товары 30-го класса МКТУ «овес очищенный; крупы пищевые; ростки пшеницы для употребления в пищу; семя льняное для употребления в пищу» также однородны товарам 5-го класса МКТУ «диетические вещества и препараты; биологически активные добавки к пище; добавки пищевые, предназначенные для человека», поскольку имеют одно функциональное назначение - поддержание организма человека, основных его функций, профилактика заболеваний человека, а также одинаковые условия реализации - в продовольственных магазинах, супермаркетах.  Товары 30-го класса МКТУ «жир кокосовый; жиры пищевые; кофе; напитки кофейные; орех мускатный» также могут быть признаны однородными товарам «детское питание; пищевые добавки», поскольку указанные товары относятся к одному роду товаров (пищевые продукты). Такие пищевые масла, как оливковое, льняное, тыквенное, конопляное могут использоваться в качестве пищевых добавок. Диетические пищевые масла могут реализовываться как на обычных прилавках продуктовых магазинов, так и на прилавках для диетических продуктов.  Товары 5-го класса МКТУ «напитки минеральные; напитки витаминизированные» однородны товарам 32-го класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован спорный товарный знак, так как назначением и тех и других товаров является удовлетворение потребности человека в жидкости, витаминах и иных полезных веществах, растворенных в жидкостях. Кроме того, все эти товары также относятся к пищевым продуктам, то есть имеют общую родовую принадлежность. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 25.09.2017 по делу  № СИП-6/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП  Судами при оценке однородности учтена высокая степень сходства сравниваемых товарных знаков | |  |  |  |  |  |
| 5 | «диетические вещества для медицинских целей; фармацевтические препараты; лекарственные средства для человека» | 5 | «добавки пищевые, содержащие йод; добавки минеральные пищевые, содержащие йод» | Однородны  В соответствии со статьей 1 Федерального закона от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», биологически активные добавки представляют собой природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов и отнесены к числу пищевых продуктов.  Назначение биологически активных добавок определено в пункте 2.1 Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПин 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)», утвержденных Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 17.04.2003, согласно которому биологически активные добавки являются пищевыми продуктами и используются как дополнительный источник пищевых и биологически активных веществ для оптимизации углеводного, жирового, белкового, витаминного и других видов обмена веществ при различных функциональных состояниях, для нормализации и/или улучшения функционального состояния органов и систем организма человека, в том числе продуктов, оказывающих общеукрепляющее, мягкое мочегонное, тонизирующее, успокаивающее и иные виды действия при различных функциональных состояниях, для снижения риска заболеваний, а также для нормализации микрофлоры желудочно-кишечного тракта в качестве энтеросорбентов.  То есть биологически активные добавки к пище могут обладать профилактическими, диетическими или функциональными свойствами и применяться для целенаправленного воздействия на организм человека путем профилактики заболеваний и поддержания в физиологических границах активности функциональных систем организма человека.  Учитывая изложенное, товары «диетические вещества для медицинских целей» могут быть отнесены к биологически активным добавкам, а следовательно, и признаны однородными товарам.  Согласно пункту 1 статьи 4 Федерального закона от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» лекарственные средства - вещества или их комбинации, вступающие в контакт с организмом человека или животного, проникающие в органы, ткани организма человека или животного, применяемые для профилактики, диагностики (за исключением веществ или их комбинаций, не контактирующих с организмом человека или животного), лечения заболевания, реабилитации, для сохранения, предотвращения или прерывания беременности и полученные из крови, плазмы крови, из органов, тканей организма человека или животного, растений, минералов методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся фармацевтические субстанции и лекарственные препараты.  Исходя из приведенного определения лекарственных средств, биологические добавки однородны товарам «фармацевтические препараты; лекарственные средства для человека», поскольку имеют одно назначение и могут применяться в одной области - профилактика заболеваний человека.  Кроме того, биологически активные добавки могут применяться в комплексе и взаимосвязи с фармацевтическими, лекарственными препаратами в целях предупреждения, лечения и дальнейшей профилактики заболеваний, что свидетельствует об их взаимодополняемости и дополнительно подтверждает вывод об их однородности.  В пункте 7.4.1 СанПин 2.3.2.1290-03 указано, что розничная торговля биологически активными добавками может осуществляться только через аптечные учреждения (аптеки, аптечные пункты, аптечные киоски и другие), специализированные магазины по продаже диетических продуктов, продовольственные магазины (специальные отделы, секции, киоски).  Данное положение подтверждает, что сравниваемые товары имеют общее место сбыта (специализированные учреждения - аптеки, аптечные склады) и, как следствие, круг потребителей (люди, нуждающиеся в целенаправленном воздействии на свой организм в профилактических и/или медицинских целях).  Кроме того сравниваемые товары при производстве могут иметь одну форму - таблетки, что также способствует увеличению возможности смешения сравниваемых товаров у рядовых потребителей.  Также следует учитывать то, что биологически активные добавки и лекарственные средства являются товарами широкого потребления, следовательно, возрастает угроза смешения в сознании потребителей сходных обозначений. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 10.03.2017 по делу № СИП-430/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 5 | «биологически активные добавки» | 5 | «фармацевтические препараты» | Однородны  Биологически активные добавки согласно [пункту 2.1](consultantplus://offline/ref=3F99D00B7D31ACD749DD81F4CF145FD15518EE1492289D5CF69CE0372B4D2C6EE3E57BB4B4A0EBCE4FACE0D07AA8BEC6C9BAEF1A72268643q1L) СанПиН 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)» могут использоваться в медицинских целях. Не являясь лекарственными средствами, БАД могут применяться в медицинских целях, так как влияют на обмен веществ, функциональное состояние органов и систем организма человека, используются для снижения риска заболеваний и т.д.  Несмотря на то, что БАДы и не относятся к лекарственным средствам, однако обладают выраженным фармакологическим и физиологическим влиянием на основные регуляторные и метаболические процессы человеческого организма, подлежат реализации в том числе и через аптечную сеть и могут быть отнесены потребителем к одному и тому же источнику происхождения. | Постановление президиума Суда по интеллектуаль ным правам от 04.07.2016 по делу № СИП-581/2015 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался  В отношении данных классов такой методологических подход соответствует правовым позициям Суда по интеллектуальным правам по делу № СИП-434/2013 от 30.07.2014, по делу № СИП-116/2015 от 09.10.2015. | |
| 6 | «передвижные металлические конструкции и сооружения; баки металлические; дымоходы металлические; навесы металлические [строительство]; опоры для линий электропередач металлические; опоры металлические; ответвления для трубопроводов металлические; панели для обшивки стен металлические; панели строительные металлические; перегородки металлические; платформы для транспортировки грузов металлические, поддоны для транспортировки грузов металлические; платформы сборные металлические; плитка напольная металлическая; плитки строительные металлические; плиты анкерные; плиты половые металлические; поддоны грузовые металлические; поддоны для транспортировки грузов и погрузочно-разгрузочных работ металлические; покрытия кровельные металлические; покрытия строительные металлические; полы металлические; потолки металлические; решетки каминные металлические, решетки печные металлические; столбы для объявлений металлические; столбы металлические; столбы телеграфные металлические; ступени лестниц металлические; трубопроводы металлические; трубопроводы напорные металлические; трубы дымовые металлические» | 6,  19 | 6 класс: «бассейны плавательные [конструкции металлические]; двери металлические; комплекты дверные; комплекты оконные; коробки, рамы дверные; окантовки для дверей; окантовки для окон; окна; окна створчатые, форточки; рамы оконные; ставни наружные»;  19 класс: «перемычки дверные или оконные» | Однородны  Названные товары являются однородными, т.к. указанный перечень товаров относится к одним родовым группам (строительные изделия, конструкции), выполнены из одного материала (металл), имеют один круг потребителей и одинаковые условия реализации. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 19.01.2018 по делу СИП-256/2017 | В кассационной жалобе оспаривался лишь факт проведения оценки однородности | |
| 7 | «мешки для пылесосов, пылесосы, шланги пылесосов» | 9 | «приборы электрические для уборки дома, такие как пылесосы и полотеры, бумажные фильтры для пылесосов» | Однородны  Учитывая их потребительские свойства и функциональное назначение, условия их реализации (в том числе общее место продажи, продажу через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.03.2015 2014 по делу № СИП-657/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 7 | «генераторы постоянного тока; ремни приводные для моторов и двигателей; цилиндры для моторов и двигателей; насосы» | 7 | «лодочные моторы» | Однородны  Данные товары относятся к одной родовой группе - машины и станки, имеют одинаковое функциональное назначение, предназначены для одного круга потребителей, являются взаимодополняемыми товарами и реализуются через специализированные магазины. Кроме того, «ремни приводные для моторов и двигателей; цилиндры для моторов и двигателей», а также «генераторы» и «насосы» являются составными частями, в том числе, лодочных моторов, в зависимости от их конструктивных особенностей. Так, электрический генератор обеспечивает механизмы лодки электроэнергией; гидравлический насос выполняет не только функции обеспечения нормальной работы двигателя, но и приводов различных механизмов; осушительный насос обеспечивает откачку попавшей воды. Все указанные технические средства являются составными частями моторов, в том числе лодочных. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.02.2015 по делу № СИП-674/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 7,  19 | 7 класс: «клапаны давления [детали машин]; клапаны обратные [детали машин]; клапаны редукционные [детали машин]; краны спускные [водоотделители]; регуляторы [части машин]; регуляторы давления [детали машин]»; 17 класс: «клапаны водопроводных труб, за исключением металлических и пластмассовых; клапаны дренажных труб, за исключением металлических и пластмассовых» | 11 | «принадлежности предохранительные для водяных или газовых приборов и водо- или газопроводов; принадлежности предохранительные и регулировочные для газовых приборов; принадлежности регулировочные для водяных или газовых приборов и водопроводов или газопроводов; принадлежности регулировочные и предохранительные для водопроводного оборудования; принадлежности регулировочные и предохранительные для газопроводов» | Однородны  Однородность обусловлена тем, что сравниваемые товары относятся к предохранительному и регулировочному оборудованию для водо- или газопроводов, т.е. к товарам, имеющим одно назначение и круг потребителей. | Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.07.2018  по делу № СИП-763/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 7 | «холодильники» | 11 | «аккумуляторы тепловые, части вышеупомянутых товаров» | Неоднородны  Товары 07 класса «холодильники» не являются однородными товарам 11 класса «аккумуляторы тепловые, части вышеупомянутых товаров», так как последние являются устройствами для аккумулирования тепловой энергии, основанном на использовании физического или химического процесса, связанного с поглощением и выделением теплоты, что исключает возможность ввода в заблуждение конечного потребителя названных товаров в отношении их потребительских свойств и функционального назначения противопоставленными товарами 07 класса, предназначением которых является охлаждение, сохранение в охлажденном виде, заморозка товаров. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.03.2015 по делу № СИП-657/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 8 | «инструменты режущие ручные; ножницы для металла; ножницы садовые» | 7 | «ножи, консервные ножи» | Однородны  С учетом их потребительских свойств и функционального назначения, условий их реализации (в том числе общее место продажи, продажу через розничную либо оптовую сеть), круга потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.03.2015 по делу № СИП-657/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 9 | «устройства теплорегулирующие» | 11 | «устройства для очистки и увлажнения воздуха, приборы для очистки и увлажнения воздуха» | Однородны  С учетом их потребительских свойств и функционального назначения, условий их реализации (в том числе общее место продажи, продажу через розничную либо оптовую сеть), круга потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.03.2015 по делу № СИП-657/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «USB флэш-накопители» | 9 | «кредитные, платежные, дебетовые и\или денежные карты» | Однородны  Указанные товары однородны, так как «кредитные, платежные, дебетовые и\или денежные карты» содержат элемент, являющийся накопителем информации (магнитную полосу либо встроенную микросхему), что и определяет однородность таких товаров с иными товарами, представляющими собой устройства для записи и хранения информации. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 17.07.2017 по делу № СИП-407/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 11 | «термочехлы; термочехлы электрические» | 17 | «термочехлы из материалов теплоизоляционных» | Однородны  Товары относятся к одной видовой (термочехлы) и родовой (предохранительные принадлежности для приборов и водно-паро-газового оборудования) группе товаров, имеют сходное назначение (защита и предохранение оборудования от воздействия высоких и низких температур) и круг потребителей (специалистов в области обслуживания технологического оборудования и инженерных систем, расположенных в условиях неблагоприятного воздействия внешней среды).  Согласно информации, содержащейся в сети Интернет (http://termochehol.ru; http://www.rizur.ru; http://www.superfelt.ru; http://www.termobsi.ru/?yclid=2820632872599948297), термочехлы представляют собой изоляционные оболочки съемно-разъемного типа, предназначенные для многоразового использования; также термочехлы используются в промышленности для изоляции трубопроводов или инженерных коммуникаций, к которым нужно обеспечить быстрый доступ для управления процессом или для ремонта, кроме этого, термочехлы применяют для защиты оборудования от высоких или низких температурных режимов работы, в качестве огнезащиты и звуковой изоляции;  термочехлы представляют собой съемную изоляцию, оборудованную при необходимости системой обогрева для поддержания необходимой температуры внутри изоляции, т.е. относятся к предохранительным и регулировочным принадлежностям, основной функцией и назначением которых является защита различного оборудования, в том числе газопроводного и водопроводного, от низких и высоких температурных режимов работы, в том числе для защиты от огня и пожаров, поддержание оптимального температурного режима оборудования, удобства его обслуживания и увеличения сроков эксплуатации. При этом такие чехлы изготавливаются из теплоизоляционных материалов, не поддерживающих горение, и могут дополнительно армироваться металлической сеткой для придания им большей прочности, а также использоваться с электрооборудованием, обеспечивающим дополнительный обогрев внутреннего объема чехла и поддержание постоянной, заданной пользователем температуры, а следовательно, выполнять функцию электрического термочехла, предохраняющего оборудование от воздействия низких температур и снижения уровня теплопотерь. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.07.2018  по делу № СИП-763/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 11 | «устройства для охлаждения, сушки, вентиляции, водораспределительные и санитарно-технические, в том числе устройства для очистки сточных вод и ванных комнат» | 6 | «баки металлические, желоба водосточные металлические, заглушки металлические, пробки металлические, затворы металлические, запоры для контейнеров, сосудов, резервуаров металлические, клапаны дренажных труб металлические, колена, отводы для труб металлические, коллекторы для трубопроводов металлические, кольца уплотнительные, предохранительные металлические, кольца упорные металлические, крышки для смотровых колодцев, люков, лазов металлические, материалы армирующие для труб, трубопроводов, материалы армирующие строительные, муфты соединительные для труб металлические, приспособления для регулирования расхода жидкости, пара, газа и т.д. (за исключением деталей машин) металлические, приспособления запорные водопроводных труб металлические, трубы металлические, трубы водосточные металлические, трубы дренажные металлические, трубы, трубопроводы водопроводные металлические, трубы, трубопроводы стальные, трубы, трубопроводы центрального отопления металлические» | Однородны  Указанные товары однородны, так как имеют одни и те же условия реализации и один круг потребителей | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.04.2017 по делу № СИП-106/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 11 | «устройства для охлаждения, сушки, вентиляции, водораспределительные и санитарно-технические, в том числе устройства для очистки сточных вод и ванных комнат» | 7 | «аэраторы, баки расширительные, вентили, водонагреватели, грязеуловители, деаэраторы питьевой воды, мембраны для насосов, измельчители для промышленных целей, клапаны давления, компрессоры, компрессоры воздушные, краны (детали машин или двигателей), краны спускные (водоотделители)» | Однородны  Данные товары имеют одинаковую цель применения (водоснабжение, очистка и канализация), также товары «аэраторы, баки расширительные, вентили, водонагреватели, грязеуловители, деаэраторы питьевой воды, мембраны для насосов, измельчители для промышленных целей, клапаны давления, компрессоры, компрессоры воздушные, краны (детали машин или двигателей), краны спускные (водоотделители)» 07-го класса МКТУ являются составными частями товаров «устройства для охлаждения, сушки, вентиляции, водораспределительные и санитарно-технические, в том числе устройства для очистки сточных вод и ванных комнат» 11-го класса МКТУ, необходимые для их нормального функционирования. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.04.2017 по делу № СИП-106/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 11 | «аппараты для высушивания» | 9 | «фены, работающие на газу или с элементом каталитического сжигания, приборы для ухода за волосами с электрическим нагреванием» | Однородны  С учетом их потребительских свойств и функционального назначения, условий их реализации (в том числе общее место продажи, продажу через розничную либо оптовую сеть), круга потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.03.2015 по делу № СИП-657/2014. | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 11 | «кондиционеры; печи (отопительные приборы); установки для фильтрования воздуха; установки и аппараты вентиляционные (кондиционирование воздуха); шкафы вытяжные» | 11 | «устройства для очистки и увлажнения воздуха, приборы для очистки и увлажнения воздуха» | Однородны  С учетом их потребительских свойств и функционального назначения, условий их реализации (в том числе общее место продажи, продажу через розничную либо оптовую сеть), круга потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.03.2015 по делу № СИП-657/2014. | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 11 | «аппараты и машины холодильные; емкости холодильные; камеры холодильные; оборудование и установки холодильные; установки и машины для охлаждения; холодильники; шкафы-холодильники; шкафы – ледники» | 11 | «аккумуляторы тепловые, части вышеупомянутых товаров» | Неоднородны  Товары 11 класса «аппараты и машины холодильные; емкости холодильные; камеры холодильные; оборудование и установки холодильные; установки и машины для охлаждения; холодильники; шкафы-холодильники; шкафы – ледники» не являются однородными товарам 11 класса «аккумуляторы тепловые, части вышеупомянутых товаров», так как последние являются устройствами для аккумулирования тепловой энергии, основанном на использовании физического или химического процесса, связанного с поглощением и выделением теплоты, что исключает возможность ввода в заблуждение конечного потребителя названных товаров в отношении их потребительских свойств и функционального назначения противопоставленными товарами 11 класса, предназначением которых является охлаждение, сохранение в охлажденном виде, заморозка товаров. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.03.2015 по делу СИП-657/2014. | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 11 | «устройства для охлаждения, сушки, вентиляции, водораспределительные и санитарно-технические, в том числе устройства для очистки сточных вод и ванных комнат» | 17 | «пробки резиновые, прокладки для компенсации теплового расширения, прокладки уплотнительные» | Однородны  Указанные товары 17-го класса МКТУ используются для функционирования и обслуживания товаров 11-го класса МКТУ, связанных с системами водоснабжения и очистки канализации, а также сравниваемые товары имеют одинаковые условия реализации и один круг потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.04.2017 по делу № СИП-106/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 11 | «устройства для охлаждения, сушки, вентиляции, водораспределительные и санитарно-технические, в том числе устройства для очистки сточных вод и ванных комнат» | 19 | «желоба водосточные неметаллические, клапаны водопроводных труб (за исключением металлических и пластмассовых), клапаны дренажных труб (за исключением металлических и пластмассовых), крышки для смотровых колодцев неметаллические, ответвления для трубопроводов неметаллические, трубопроводы напорные неметаллические, трубы водосточные неметаллические, трубы дренажные неметаллические, трубы жесткие неметаллические, хранилища неметаллические, элементы для гидроизоляции неметаллические» | Однородны  Товары 19-го класса МКТУ также по своей природе являются частями товаров 11-го класса МКТУ противопоставленных товарных знаков либо сопутствующими данным товарам. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.04.2017 по делу № СИП-106/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП  Судами при оценке однородности учтена высокая степень сходства сравниваемых товарных знаков | |
| 12 | «части и принадлежности к грузовикам, части и принадлежности к автобусам, части и принадлежности к полноприводным автомобилям, части и принадлежности к колесам» | 12 | «части и принадлежности к тракторам, части и принадлежности к моторным лодкам, части и принадлежности к велосипедам, части и принадлежности к мотоциклам» | Однородны  Однородность товаров обусловлена тем, что товары относятся к одному роду и виду, имеют одно функциональное назначение, один круг потребителей, один рынок сбыта, являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми, в связи с этим могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 10.04.2017 по делу № СИП-11/2016. | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 12 | «транспортное средство» | 12 | «аппараты, перемещающиеся по земле, воде и воздуху» | Однородны  При определении соотношения таких позиций как транспортное средство, аппараты, перемещающиеся по земле, воде и воздуху, необходимо учитывать, что указанные понятия могут квалифицироваться как род и вид: воздушное судно (самолет) может быть транспортным средством, а также является аппаратом, перемещающимся по воздуху.  Названный правовой подход соответствует правовой позиции президиума СИП, изложенной в его постановлении от 10.09.2015 по делу № СИП-873/2014.  Аппараты, перемещающиеся по воде, земле и воздуху являются различными товарными позициями, однородным друг другу и являющимся разновидностями транспортных средств. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 16.10.2017 по делу № СИП-84/2016. | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 14 | «агаты; анкеры часов; барабаны часов [за исключением наручных]; браслеты для часов; бусы из прессованного янтаря; жемчуг; изделия из клуазоне; изделия художественные; изделия ювелирные; изделия ювелирные из янтаря; камни драгоценные; камни полудрагоценные; канитель серебряная; коробки; монеты; нити; нити золотые; нити серебряные; оливин [драгоценный камень]; украшения для обуви [из благородных металлов]; украшения для шляп [из благородных металлов]; украшения из гагата; украшения серебряные; украшения ювелирные из слоновой кости; шкатулки для украшений; шпинели [драгоценные камни]» | 14 | «бижутерия» | Однородны  Однородность товаров обусловлена тем, что визуально определить является ли изделие ювелирным или нет затруднительно для рядового потребителя. Учитывая, что целью создания и использования бижутерии является имитация ювелирных изделий, это способствует большой вероятности введения рядового потребителя в заблуждение относительно свойств и/или качества товара.  Сравниваемые товары так же относятся к одному и тому же роду и виду – украшения, необходимы как аксессуары к одежде (т.е. имеют одну цель и назначение), взаимодополняемы и взаимозаменяемы (т.к. бижутерия была изобретена для имитации изделий из драгоценных камней и благородных металлов и в настоящее время часто служит для этого), имеют общие условия сбыта, общий круг потребителей, отличить качественные изделия из недрагоценных камней и неблагородных металлов и их сплавов от ювелирных изделий часто может только специалист, ценовой диапазон бижутерии может быть эквивалентным или превышать таковой для ювелирных изделий.  Также обращает на себя внимание тот факт, что слово «бижутерия» заимствовано в русском языке из французского языка, где оно означает именно «ювелирные изделия, изготовление и торговля ими, а также ювелирный магазин», «драгоценность, украшение» (фр. bijouterie, bijou – см. например, Новый французско-русский словарь, В.Г. Гак, К.А. Ганшина, Москва, 2004, стр. 117). | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.07.2014 по делу № СИП-40/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 14 | «алмазы; золото необработанное; иридий; металлы благородные, необработанные; осмий; палладий; платина, родий; рутений; серебро необработанное;гагат необработанный, слитки благородных металлов и сплавы благородных металлов» | 14 | «бижутерия» | Неоднородны  Товары 14 класса «алмазы; золото необработанное; иридий; металлы благородные, необработанные; осмий; палладий; платина, родий; рутений; серебро необработанное;гагат необработанный, слитки благородных металлов и сплавы благородных металлов» в необработанном состоянии не являются украшениями, ювелирными изделиями, и не могут быть признаны однородными товарам «бижутерия». | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.07.2014 по делу № СИП-40/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 14 | «бюсты, медали, статуи, статуэтки» | 14 | «бижутерия» | Неоднородны  Товары «бюсты, медали, статуи, статуэтки» нельзя отнести к товарам, однородным бижутерии, так как они, хотя и изготавливаются из различных материалов, не являются аксессуарами для одежды и не могут быть надеты на кого – либо для украшения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.07.2014 по делу № СИП-40/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 16 | «газеты» | 41 | «издание газет» | Однородны  В целом услуги существуют не сами по себе, а предназначены для определенного вида деятельности и конкретные услуги "издание газет" предназначены для производства конкретного товара - "газет". Товары "газеты" и услуги "издание газет" могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 25.05.2015 по делу № СИП-677/2014, | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «буклеты и плакаты» | 16 | «образовательные и учебные материалы» | Однородны  Указанные товары относятся к одному виду – «бумага и изделия из бумаги» - и предназначены для одного круга потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 17.07.2017 по делу № СИП-407/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 16 | «печатные основы, в частности прозрачные, непрозрачные и полупрозрачные пленки для использования со струйными принтерами, струйными печатающими устройствами» | 16 | «печатная продукция; пластмассовые материалы для упаковки (не относящиеся к другим классам); материалы для переплетных работ; клейкие вещества для канцелярских и бытовых целей; конторские принадлежности; шрифты; клише типографские» | Однородны  Однородность указанных товаров обусловлена тем, что они рассматриваются как сопутствующие друг другу в одной области производства. Так, сравниваемые товары используются в печати и/или относятся к одной родовой группе товаров. При этом пленки, в том числе самоклеющиеся, имеют клеевую основу, широко используются в переплетном деле, а товар «конторские принадлежности» является однородным корректирующим средствам, которые имеют сходные цели назначения и служат, в том числе для защиты (коррекции) изображений. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.06.2015 по делу № СИП-918/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 17 | «пластмассовые листовые материалы, используемые в производстве графики, графических изображений, знаков, вывесок, дисплеев, витрин; пластмассовые листовые материалы, используемые для защиты графических изображений, графики» | 2 | «вещества, предохраняющие металлы от коррозии и древесину от разрушения»; | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью одной родовой группе, имеют общий состав сырья и сферу применения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.06.2015 по делу № СИП-918/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 17 | «пластмассовые листовые материалы, используемые в производстве графики, графических изображений, знаков, вывесок, дисплеев, витрин; пластмассовые листовые материалы, используемые для защиты графических изображений, графики» | 17 | «каучук, резина, гуттаперча и изделия из этих материалов, не относящиеся к другим классам; изделия из частично обработанных пластмасс» | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью одной родовой группе, имеют общий состав сырья и сферу применения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.06.2015 по делу № СИП-918/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 18 | «бумажники; бумажники для визитных карточек; изделия для документов (кожгалантерея); кожа искусственная; кожкартон; коробки для шляп кожаные; коробки из кожи или кожкартона; сундуки из фибры; кошельки; молескин; несессеры для туалетных принадлежностей (незаполненные); нити кожаные; покрывала меховые; пушнина; ранцы; ремешки кожаные; ремни для военного снаряжения; рюкзаки; саквояжи; сетки хозяйственные; сумки для альпинистов; сумки для дорожных наборов кожаные; сумки для ношения детей; сумки для одежды дорожные; сумки женские; сумки кожаные для слесарных инструментов; сумки на колесах; сумки пляжные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные; сумки школьные; сундуки дорожные; сундуки из кожи или кожкартона; футляры для ключей (кожаные изделия); чемоданы; чемоданы плоские; чемоданы плоские для документов; шевро; шкуры выделанные; шкуры животных» | 18 | «зонты и трости; кожа и имитация кожи, и изделия из них, не относящиеся к другим классам; шкуры животных; дорожные сундуки, чемоданы» | Однородны  Сравниваемые товары являются однородными, поскольку представляют собой кожу и ее имитацию, различные изделия из них, шкуры животных, зонты и трости. Сравниваемые товары либо идентичны, либо соотносятся между собой как род-вид, имеют одно назначение, вид материала из которого они изготовлены, один круг потребителя и один рынок сбыта. В связи с чем, есть возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. | Указанный вывод отражен в решении Суда по интеллектуальным правам от 22.04.2014 по делу № СИП-77/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 19 | «конструкции неметаллические, а именно конструкции зданий и жилых домов» | 6 | «анкеры, анкерные плиты, баки металлические, банки металлические для хранения продуктов, бидоны металлические, болты металлические, бочки металлические, бруски для дорожных покрытий металлические, будки телефонные металлические, вентили водопроводных труб металлические, вешалки для одежды металлические, ворота металлические, вывески металлические, дверные таблички металлические, коробки металлические для денег, жестяная посуда, заглушки металлические, заслонки защитные для печей, кабинки для переодевания металлические, решетки металлические для каминов, каркасы для оранжерей теплиц, крышки металлические для смотровых колодцев, кольца металлические для ключей, колышки для палаток металлические, крюки (скобяные изделия), крюки для котелков, ленты металлические для транспортировки грузов и погрузочно-разгрузочных работ, лестницы приставные металлические, муфты соединительные для труб металлические, обвязочные нити для сельскохозяйственных целей металлические, обвязочные нити металлические, обвязочные средства металлические, ограды металлические, конструкции плавательных бассейнов металлические, платформы для транспортировки грузов металлические, плитки металлические, полы из металлических плиток, потолки металлические, почтовые ящики металлические, строительные покрытия и облицовка металлические, теплицы переносные металлические» | Неоднородны  Сравниваемые товары характеризуются разным составом сырья (неметаллические и металлические изделия), имеют разный круг потребителей (лица, желающие получить дом или помещение в комплексе, или бригады, осуществляющие отдельные циклы при строительстве), разные условия реализации (продажа готовых домов осуществляется застройщиками, а продажа изделий, используемых при строительстве, в качестве крепежей, отделочных материалов, покрытий осуществляется оптовыми и розничными продавцами через магазины и строительные рынки), стоимость первых значительно превышает стоимость вторых. Кроме того Роспатент в оспариваемом [решении](consultantplus://offline/ref=ABD2421060151B53693D81F249C643C01558CD394C5C4AD3297F44D56566c0M) указал, что сопоставляемые товары представляют собой изделия разного вида (готовые здания и изделия металлопроката (или штамповки).  Положения, содержащиеся во «Временных [указаниях](consultantplus://offline/ref=063F0B3AC68C4DB604D809C79D9B9A8C0D851F8D3C29192F51C1E6lEX9M) по составу, правилам выполнения, комплектованию и оформлению проектной документации на типовые строительные конструкции, изделия и узлы» Госстроя СССР от 13.05.1987, [СНиП 3.04.03-85](consultantplus://offline/ref=063F0B3AC68C4DB604D809C79D9B9A8C03851F8D3C29192F51C1E6lEX9M) «Защита строительных конструкций и сооружений от коррозии» Госстроя СССР 1985 года, словарно-справочные источники, информацию, из общедоступных источников в сети Интернет, применив вышеизложенные критерии однородности товаров, суд первой инстанции пришел к обоснованным выводам о том, что сопоставляемые товары представляют собой изделия разного вида, а именно готовые здания или часть здания, сооружения определенного функционального назначения, состоящие из элементов, взаимно связанных в процессе выполнения строительных и монтажных работ (товары [19-го класса](consultantplus://offline/ref=063F0B3AC68C4DB604D813DD9B9B9A8C078A17813674132708CDE4EE2CB305A405C88906B42AB8l7XAM) МКТУ, в отношении которых правовая охрана предоставлена оспариваемому товарному знаку), и изделия металлопроката или штамповки, используемые при строительстве в качестве крепежей, отделочных материалов, покрытий (товары [6-го класса](consultantplus://offline/ref=063F0B3AC68C4DB604D813DD9B9B9A8C078A17813674132708CDE4EE2CB305A405C88905B124BFl7X0M) МКТУ, в отношении которых правовая охрана предоставлена противопоставленному товарному знаку).  Также судом первой инстанции учтено, что в отношении же таких товаров 0[6-го класса](consultantplus://offline/ref=ABD2421060151B53693D9AFB4EAE16931A5DCB3D4F5217D9212648D7626FD7A92BE9BB3576866F68c5M) МКТУ как «анкеры, анкерные плиты, болты металлические, плитки металлические, полы из металлических плиток, потолки металлические, строительные покрытия и облицовка металлические» Роспатент также пришел к выводу об их неоднородности товарам [19-го класса](consultantplus://offline/ref=ABD2421060151B53693D9AFB4EAE16931A5DCB3D4F5217D9212648D7626FD7A92BE9BB3673886868cFM) МКТУ, поскольку последние представляют собой готовые конструктивные элементы зданий, при этом сделанные не из металла, тогда как вышеназванные товары 0[6-го класса](consultantplus://offline/ref=ABD2421060151B53693D9AFB4EAE16931A5DCB3D4F5217D9212648D7626FD7A92BE9BB3576866F68c5M) МКТУ противопоставленного товарного знака представляют собой многочисленные элементы, которые используются при строительстве в качестве крепежей, покрытий, сделанные исключительно из металла. | Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.07.2018  по делу № СИП-586/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 19 | «конструкции неметаллические, а именно конструкции неметаллические зданий и жилых домов» | 19 | «деревянные панели, обшивки, планки, доски тонкие строительные, рейки (под обшивку стен), доски для настилов, полов, дранка; древесина поделочная, древесина фанеровочная, древесина, частично обработанная, древесина формуемая, лес строевой, строительные лесоматериалы, частично обработанные, обшивки деревянные, панели деревянные, паркет, пиломатериалы, планки строительные деревянные, фанера клееная многослойная» | Однородны  Сопоставляемые товары однородны, т.к. представляют собой строительные материалы, имеют одно назначение (применяются при строительстве и отделке помещений в качестве отделочных материалов), одинаковые условия сбыта (реализуются в строительных магазинах и рынках). | Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.09.2016 по делу № СИП-118/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 25 | «обувь» | 25 | «чулки, носки, гольфы, колготки, леггинсы, трико» | Однородны  Сопоставляемые товары соотносятся между собой как род/вид, поскольку товар «обувь» в качестве отдельной группы входит в понятие «одежда». Кроме того, товары «чулки, носки, гольфы, колготки, леггинсы, трико» и «обувь» имеют одно назначение, а именно - применяются для защиты ног, а также имеют общие условия реализации и круг потребителей и могут изготавливаться одним производителем.  Таким образом, потребитель, столкнувшись с товарами, маркированными сравниваемыми обозначениями, может прийти к выводу о том, что они производятся одним лицом, что дополнительно свидетельствует об однородности данных товаров.  При этом сравниваемые товары являются товарами широкого потребления.  В постановлении президиума Суда по интеллектуальным правам от 06.03.2015 по делу № СИП-696/2014 отмечено, что в конкретных случаях выводы по вопросу о возможности признания товаров «одежда» и «обувь» однородными могут различаться исходя из оценки степени известности используемого обозначения и производителя, которая существенно влияет на определение принципиальной возможности возникновения у потребителя заблуждения относительно товара и его производителя. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 31.03.2017 по делу № СИП-608/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 25 | «одежда» | 18 | «аксессуары» | Однородны  Сравниваемые товары являются однородными, поскольку могут использоваться потребителями в совокупности для формирования определенного имиджа. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 15.04.2015 по делу № СИП-265/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 25 | «одежда» | 14 | «часы» | Однородны  Сравниваемые товары являются однородными, поскольку могут использоваться потребителями в совокупности для формирования определенного имиджа. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 15.04.2015 по делу № СИП-265/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 28 | «игрушки, игрушки с подвижными частями или передвижные; игры» | 13  16 | класс 13: «пневматическое оружие»;  16 класс: «массогабаритные макеты оружия» | Однородны  В соответствии со [статьей 1](consultantplus://offline/ref=DD7C0EA7E71BF5D829FBC83FA60FC6945FDCC4B4A539EB500C299F6222030E11A586F3537A4D0FC2A8AF035535D7C8FF65C972E6F1D3EBFCcA58H) Закона об оружии пневматическое оружие - это оружие, предназначенное для поражения цели на расстоянии снарядом, получающим направленное движение за счет энергии сжатого, сжиженного или отвержденного газа. При этом под оружием понимаются устройства и предметы, конструктивно предназначенные для поражения живой или иной цели, подачи сигналов.  Вместе с тем согласно [последнему абзацу статьи 1](consultantplus://offline/ref=DD7C0EA7E71BF5D829FBC83FA60FC6945FDCC4B4A539EB500C299F6222030E11A586F3537A4D0FC0A2AF035535D7C8FF65C972E6F1D3EBFCcA58H) указанного Закона к оружию не относятся изделия, сертифицированные в качестве изделий хозяйственно-бытового и производственного назначения, спортивные снаряды, конструктивно сходные с оружием (далее - конструктивно сходные с оружием изделия).  В соответствии с [абзацем тридцать третьим статьи 13](consultantplus://offline/ref=DD7C0EA7E71BF5D829FBC83FA60FC6945FDCC4B4A539EB500C299F6222030E11A586F3537A4D0496F0E002097183DBFF67C970E5EEcD58H) Закона об оружии конструктивно сходные с оружием изделия, пневматические винтовки, пистолеты, револьверы с дульной энергией не более 3,0 Дж, сигнальные пистолеты, револьверы калибра не более 6 мм и патроны к ним, которые по заключению федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере внутренних дел, не могут быть использованы в качестве огнестрельного оружия, огнестрельного оружия ограниченного поражения и газового оружия, приобретаются без лицензии и не регистрируются.  [Закон](consultantplus://offline/ref=DD7C0EA7E71BF5D829FBC83FA60FC6945FDCC4B4A539EB500C299F6222030E11B786AB5F7A4C11C2A2BA550470c85BH) не содержит легального определения понятия «массогабаритные макеты оружия». В то же время под этим обозначением согласно словарно-справочным источникам, представленным сторонами в материалы дела, понимается копия устройства, соответствующая оригиналу по размерам и массе, используемая при проектировании техники для отработки компоновки, а также для совместных испытаний нескольких видов техники. Массогабаритный макет оружия используется на начальных этапах обучения и как объект коллекционирования.  Согласно информации, представленной в сети Интернет на официальном сайте истца по адресу www.izhmash.ru (скриншоты интернет-страниц представлены в материалы дела), массогабаритный макет автомата Калашникова, производимый им, используется в качестве сувенира и учебного пособия. Макет имеет полное внешнее сходство с автоматом. Как и оригинал, макет имеет ствол со ствольной коробкой, затворную раму с затвором, возвратный механизм, ударно-пусковой механизм, цевье, трубку газовую. Его устройство позволяет производить включение и выключение предохранителя, взведение и спуск ударно-спускового механизма, перевод приклада в походное положение обратно, неполную разборку и сборку в соответствии с наставлением по стрелковому делу. Имеет конструктивные доработки, не позволяющие использовать макет в качестве работоспособного огнестрельного оружия.  Массогабаритный макет оружия является конструктивно сходным с оружием изделием. В нем деактивированы основные части оружия, что делает его предметом хозяйственно-бытового назначения, которое предназначено для украшения интерьера, коллекционирования, обучения.  Согласно представленным истцом сертификатам соответствия производимая им продукция, в том числе пневматическое оружие с дульной энергией не более 3,0 Дж (например, пневматические винтовки Юнкер-4, ВП-АК), относится к изделиям, конструктивно сходным с оружием.  Учитывая назначение изделий, конструктивно сходных с оружием, область их применения, материал, из которого они изготовлены, условия их реализации и круг потребителей, сравниваемые товары могут быть признаны однородными. При этом, принадлежность сопоставляемых товаров к разным классам МКТУ не имеет правового значения, поскольку принятая классификация товаров в соответствии с Соглашением о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (заключено в Ницце 15.06.1957) не влияет на вопросы однородности товаров, относящихся к одному или разным классам МКТУ | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.07.2016 по делу № СИП-562/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 28 | «рыболовные принадлежности» | 28 | «верши рыболовные [ловушки рыболовные]; крючки рыболовные; наживки искусственные; поплавки рыболовные; приманки для охоты или рыбной ловли; приманки пахучие для охоты и рыбалки; сачки рыболовные; сигнализаторы поклевки [принадлежности рыболовные]; снасти рыболовные; удочки рыболовные» | Однородны  Сопоставляемые товары аналогичны либо однородны, имеют сходные потребительские свойства, один род и вид, одно функциональное назначение, один круг потребителей, один рынок сбыта, являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми. | Оценка однородности дана в решении Суда по интеллектуальным правам от 19.07.2017 по делу № СИП-168/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 28 | «рыболовные принадлежности» | 28 | «гимнастическим и спортивным товарам» | Неоднородны  Сравниваемые товары не могут быть признаны однородными, поскольку относятся к разным родовым группам, и имеют разное назначение, круг потребителей и условия реализации | Оценка однородности дана в решении Суда по интеллектуальным правам от 19.07.2017 по делу № СИП-168/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 29 | «соевый творог» | 29 | «молоко» | Неоднородны  Отсутствие однородности между сравниваемыми товарами установлено судом в связи с признанием указанного обстоятельства истцом. в возражениях на письменные объяснения ответчика, судом не было дано пояснений по вопросу оценки однородности этих товаров. | Оценка однородности дана в решении Суда по интеллектуальным правам от 22.11.2015 по делу № СИП-120/2014 |  | |
| 29 | «сосиски» | 29 | «дичь и изделия из дичи, в том числе подвергнутые тепловой переработке и замороженные; консервы мясные и мясорастительные; мясо и изделия из мяса, в том числе деликатесы из мяса; продукты мясной переработки; мясо и изделия из мяса, подвергнутые тепловой обработке и замороженные; мясо консервированное; паштеты из печени; печень; птица домашняя (неживая) и изделия из птицы домашней, в том числе подвергнутые тепловой переработке и замороженные; свинина» | Однородны  Сравниваемые товары однородны ввиду того, что относятся к одному родовому понятию – колбасные изделия.  [В соответствии с ГОСТ Р 52196-2011](consultantplus://offline/ref=A68C20F04FCAF359393F47E5FA5F742FB1AAC1C8E733C51A3665C6853725C5DB071495E2F106F5897D84HDbBI) мясными продуктами, являются - вареные колбасные изделия (колбасы, сосиски, сардельки, шпикачки, колбасные хлебы), выпускаемые в охлажденном виде, предназначенные для непосредственного употребления в пищу и приготовления различных блюд и закусок. | Оценка однородности дана в решении Суда по интеллектуальным правам от 09.08.2016 по делу № СИП-186/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 29 | «птица, дичь, мясные экстракты, желе мясное, изделия колбасные, консервы мясные, концентраты бульонные, паштеты, свинина, субпродукты, сосиски, сардельки» | 29 | «рыба, овощи и фрукты консервированные, сушеные, подвергнутые тепловой обработке, желе, конфитюры, пюре; яйца, молоко и молочные продукты, масла и жиры пищевые» | Неоднородны  Согласно положениям пунктов 3.1.1 – 3.1.2 Методических рекомендаций, принимая во внимание такие обстоятельства, как, в частности, род (вид) товаров, их потребительские свойства и функциональное назначение (объем и цель применения), вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия их реализации (в том числе общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей, традиционный или преимущественный уклад использования товаров сравниваемые товары нельзя отнести к однородным. | Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.12.2014 по делу № СИП-563/2014 | Указанный вывод о неоднородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
|  | «молоко» | 29 | «молочный напиток с преобладанием молока, масло сливочное, йогурт замороженный, продукты молочные, сыры, варенца, творог, кефир, кумыс, молочные напитки» | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью к одной и той же родовой или видовой группе, их назначения, ингредиентов (вида материалов), из которых изготовлены товары, условий их реализации, круга потребителей, а также взаимодополняемостью либо взаимозаменяемостью. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.10.2014 по делу № СИП-120/2014 | | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП |
|  | «мясо и/ или животные жиры» | 29 | «сок мясной (подливки), шпик, изделия колбасные, консервы мясные, подливки мясные, полуфабрикаты, дичь, консервированное мясо» | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью к одной и той же родовой или видовой группе, их назначением, ингредиентами (видом материалов), из которых изготовлены товары, условий их реализации, круга потребителей, а также взаимодополняемостью либо взаимозаменяемостью. | Решение Суда по интеллектуальным правам от 22.11.2015 по делу № СИП-120/2014 | | В кассационном порядке решение не оспаривалось |
|  | «сок мясной (подливки), подливки мясные» | 29 | «майонез и майонезные соусы (суть соусы) | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью к одной и той же родовой или видовой группе, их назначением, ингредиентами (видом материалов), из которых изготовлены товары, условий их реализации, круга потребителей, а также взаимодополняемостью либо взаимозаменяемостью. | Решение Суда по интеллектуальным правам от 22.11.2015 по делу № СИП-120/2014 | | В кассационном порядке решение не оспаривалось |
|  | «молоко» | 29 | «крем сливочный, сливки взбитые, масса сладкая молочная для кондитерских изделий (заварной крем), напитки какао-молочные, напитки кофейно-молочные, напитки шоколадно-молочные, сыры, йогурт замороженный, какао с молоком» | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью к одной и той же родовой или видовой группе, их назначением, ингредиентами (видом материалов), из которых изготовлены товары, условий их реализации, круга потребителей, а также взаимодополняемостью либо взаимозаменяемостью. | Решение Суда по интеллектуальным правам от 22.11.2015 по делу № СИП-120/2014 | | В кассационном порядке решение не оспаривалось |
| 29 | «бульоны; изделия колбасные; концентраты бульонные; мясо и изделия из мяса, в том числе деликатесы из мяса; продукты мясной переработки; сосиски; сардельки; составы для приготовления бульона; составы для приготовления супов; супы, в том числе, сублимированные» | 29 | «овощи и фрукты консервированные, рыба» | Неоднородны  Сравниваемые товары, действительно, принадлежат к одной группе - продуктам питания, и могут реализовываться в одном универсальном магазине. Вместе с тем, принимая во внимание, что в настоящее время универсальные магазины предлагают достаточно большой ассортимент продуктов питания, в которых товары «мясо и продукты из мяса», «бульоны и супы», «рыба», «консервированные овощи и фрукты» располагаются в разных секциях и на разных полках, поэтому данные товары имеют различные условия реализации и не могут быть признаны однородными.  Хотя сопоставляемые товары «мясо, мясные продукты», «рыба», «бульоны и супы», «консервированные овощи и фрукты» хотя и относятся к обобщенной категории продуктов питания, эти товары принадлежат к разным родовым группам, не являются взаимозаменяемыми, поскольку они не сопоставимы по своему качественному составу, форме и калорийности, имеют различные условия хранения и реализации, разные потребительские свойства.  Сопоставляемые товары отличаются по форме. Например, «мясо, мясные продукты» - это куски мясной мякоти, полуфабрикаты из натурального или рубленного мяса, колбаса, сосиски, буженина, карбонат, шпик и др., «рыба» - рыба в целом виде, филе, рыбный фарш, «бульоны и супы» - в форме концентрата, упакованного в пластиковую тару, либо в форме кубиков, «консервированные овощи и фрукты» - это кусочки продукта, упакованные в металлическую или стеклянную тару.  Сопоставляемые товары отличаются также по качественному составу и калорийности, так как «мясо» - источник белка, качественный состав мясных продуктов определяется составом мясного сырья, а «рыба» - источник жирных кислот, «мясные продукты» являются важным источником белковых веществ и аминокислот, консервы из жирных сортов рыбы являются хорошим источником витамина D (необходим для костей), B12 (важен для кровяных клеток), «консервированные овощи и фрукты» - богатый источник витаминов (витамин С) и минеральных веществ.  Сопоставляемые товары имеют различные условия хранения. Так, свежие продукты имеют специализированные требования, например, свежие мясо и рыба должны храниться при определенной температуре (прилавки-холодильники), бульоны и супы, овощные и фруктовые консервы не требуют такого хранения. | [Постановление](consultantplus://offline/ref=23277EAB18EC2AE4CA5DC9663427F35BC24422C4DFCA11FF22963783BEFEA1B54BDD6DA87F4789B43A689033k0bBN) президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.03.2016 по делу № СИП-420/2015.  [Определением](consultantplus://offline/ref=5E21FF82CD4722A115A9B120D515E08EC7E0FFBE3AA0312F9489B49B644966296B75284544D269661B7ACEB9C4CA7B0Eu0b4N) Верховного Суда РФ от 28.07.2016 № 300-КГ16-8408 отказано в передаче дела в Судебную коллегию по экономическим спорам Верховного Суда РФ | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «мясо, продукты мясные и прочая продукция переработки животных» | 29 | «рыба и продукты из рыбы, переработанные и консервированные» | Неоднородны  Продукты из рыбы, переработанные и консервированные, не являются однородными таким товарам как мясо, продукты мясные и прочая продукция переработки животных, поскольку хотя и относятся к категории продуктов питания, эти товары принадлежат к разным родовым группам, не являются взаимозаменяемыми, поскольку они не сопоставимы по своему качественному составу и калорийности, форме, имеют различные условия хранения и реализации, разные потребительские свойства.  Например, «мясо, мясные продукты» - это куски мясной мякоти, полуфабрикаты из натурального или рубленного мяса, колбаса, сосиски, буженина, карбонат, шпик и др., «рыба» - рыба в целом виде, филе, рыбный фарш, «консервированная рыба» - это кусочки продукта, упакованные в металлическую или стеклянную тару.  Сопоставляемые товары отличаются также по качественному составу, так как «мясо» - источник белка, качественный состав мясных продуктов определяется составом мясного сырья, а «рыба» - источник жирных кислот, «мясные продукты» являются важным источником белковых веществ и аминокислот, консервы из жирных сортов рыбы являются хорошим источником витамина D (необходим для костей), В12 (важен для кровяных клеток).  Продукты из рыбы и мяса в диетологии противопоставляются друг другу. Реализуются в различных отделах торговых заведений и, зачастую, при различных требованиях к условиям хранения и продажи. | Решение Суда по интеллектуальным правам от 22.11.2015 по делу № СИП-120/2014 | | В кассационном порядке решение не оспаривалось |
|  | «паштет» | 29 | «дичь и изделия из дичи, в том числе подвергнутые тепловой переработке и замороженные; консервы мясные и мясорастительные; мясо и изделия из мяса, в том числе деликатесы из мяса; продукты мясной переработки; мясо и изделия из мяса, подвергнутые тепловой обработке и замороженные; мясо консервированное; паштеты из печени; печень; птица домашняя (неживая) и изделия из птицы домашней, в том числе подвергнутые тепловой переработке и замороженные; свинина» | Однородны  Указанные товары соотносятся как «род/вид» (общее родовое понятие - мясные продукты), имеют близкие (взаимодополняемые и/или взаимозаменяемые) условия реализации (специализированные мясные магазины или мясные отделы магазинов), область применения (мясные продукты питания, используемые для приготовления/употребления в пищу) и специализированный круг потребителей (покупатели мясных продуктов) | Решение Суда по интеллектуальным правам от 09.08.2016 по делу № СИП-186/2016 | | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался |
| 29 | «паста томатная» | 32 | «соки овощные» | Однородны  «Паста томатная», относящаяся к 29-му классу МКТУ, представляет собой продукт, изготавливаемый из помидоров, и используется для приготовления кетчупа, томатного сока, как основа для пиццы, в небольшом количестве - для обогащения соусов, то есть представляет собой сырье, используемое в кулинарных целях.  В свою очередь товары 32-го класса МКТУ «соки овощные» относятся к такому роду товаров как «безалкогольные напитки».  При этом томатный сок является самым распространенным овощным соком. Изготовление томатной пасты и томатного сока из одного вида материала (томатов) свидетельствует об однородности данных товаров.  Различия в способах приготовления «пасты томатной» и томатного сока не относятся ни к основным, ни к вспомогательным признакам однородности товаров.  Расположение данных продуктов питания на разных полках розничной торговой сети также не является обстоятельством, очевидно свидетельствующим о неоднородности данных товаров.  Поскольку паста томатная и соки овощные (в первую очередь томатные) относятся к продуктам питания (могут быть использованы в кулинарии), а сырье для их производства может совпадать, вероятным видится восприятие потребителями этих товаров, пусть и расположенных на разных полках, но в одном магазине, как относящихся к одному источнику происхождения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.07.2017 по делу № СИП-769/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП  Вывод об однородности сделан судом с учетом высокой степени сходства сравниваемых обозначений. | |
| 29 | «мясо, птица и дичь; мясные экстракты» | 30 | «пельмени, равиоли» | Однородны  Указанные товары однородны ввиду того, что относятся к одной и той же родовой группе (продукты питания), имеют общие потребительские свойства и функциональное назначение (удовлетворение потребности в пище), сходные условия реализации (размещаются, как правило, рядом в холодильниках и/или холодильных витринах), имеют единый круг потребителей, относятся к одной ценовой категории товаров (недорогие товары), могут быть взаимозаменяемыми. Возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности сравниваемых товаров одному производителю усиливается также тем, что, как правило, пельмени и равиоли изготавливаются теми же производителями, которые изготавливают мясные продукты (мясокомбинатами), выпускающими широкий ассортимент мясной и сопутствующей ей продукции.  Указанные обстоятельства могут приводить к принципиальной возможности возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю, что обусловливает однородность этих товаров. | Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 29.10.2015 по делу № СИП-10/2015 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП  Вывод об однородности сделан судом с учетом высокой степени сходства сравниваемых обозначений. | |
| 30 | «пельмени, в том числе манты, вареники, хинкали; равиоли» | 30 | «хлебобулочные изделия» | Неоднородны  Неоднородность товаров обусловлена тем, что хлебобулочные изделия, фаршированные мясным фаршем не относятся к полуфабрикатам в тесте, фаршированным мясным фаршем, поскольку в примечании к пункту 109 ГОСТ Р 52427-2005 к полуфабрикатам в тесте отнесены: пельмени, мясные трубочки и др., в том числе имеющие национальные наименования - манты, хинкали, равиоли, колдуны, чучпары, ламаджо и др., в связи с чем не имеется оснований для отнесения к мясным полуфабрикатам в тесте хлебобулочных изделий.  ГОСТ Р 51187-98, утвержденный и введенный в действие постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 14.07.1998 № 292 (далее - ГОСТ Р 51187-98), определяет общие технические условия для полуфабрикатов мясных рубленых, пельменей, фаршей для детского питания. ГОСТ 18158-72 «Производство мясных продуктов», введенный в действие постановлением Государственного комитета стандартов Совета Министров СССР от 06.10.1972 № 1845 (далее - ГОСТ 18158-72), распространяет свое действие в том числе на пельмени.  В вышеназванных государственных стандартах отсутствует указание на то, что содержащиеся в них требования распространяются на хлебобулочные изделия.  При этом ГОСТ Р 51785-2001 «Изделия хлебобулочные. Термины и определения», принятый постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 27.07.2001 № 298-ст, содержит следующее определение.  Хлебобулочное изделие - это изделие, вырабатываемое из основного сырья для хлебобулочного изделия или основного сырья для хлебобулочного изделия и дополнительного сырья для хлебобулочного изделия. К основному сырью для хлебобулочного изделия относится: мука, зерновые продукты, хлебобулочные дрожжи, соль поваренная пищевая и вода. К хлебобулочным изделиям относятся хлеб, булочное изделие, мелкоштучное булочное изделие, изделие пониженной влажности, пирог, пирожок, пончик.  Таким образом требования к хлебобулочным изделиям и пельменям содержатся в разных государственных стандартах.  Хлебобулочные изделия и пельмени относятся к различным родовым группам, имеют различные способы производства, разные условия хранения и реализации, не являются взаимодополняемыми, а следовательно, не могут быть признаны однородными.  То, что хлебобулочные изделия, в частности пирожки, также могут храниться в замороженном виде (в виде полуфабриката), не позволяет отнести данные товары к одной родовой группе с пельменями (полуфабрикатами), поскольку однородность оценивается исходя из восприятия товаров потребителями, а под термином «хлебобулочные изделия», как правило, воспринимаются готовые изделия.  В отличие от хлебобулочных изделий (изделия хлебопекарного производства, к которым относятся хлеб, булочное изделие, мелкоштучное булочное изделие, изделие пониженной влажности, пирог, пирожок, пончик), являющихся, как правило, готовыми к употреблению в пищу продуктами, пельмени же, как правило, представляют собой полуфабрикат, употребление которого в пищу возможно в традиционном смысле после его термической обработки (обычно путем варки), поскольку данный продукт хранится в замороженном виде.  Названные обстоятельства обусловливают отнесение этих товаров к различным родовым группам (хлебобулочные изделия - готовый конечный продукт, пельмени - замороженные полуфабрикаты).  Различно и назначение данных товаров, в частности, хлебобулочные изделия являются дополнением к основному блюду, либо выполняют роль десерта, в свою очередь, пельмени являются полноценным основным блюдом.  Данное обстоятельство, несмотря на то, что и пельмени, и хлебобулочные изделия могут иметь схожий состав (мука, вода, яйца, мясо и др.), само по себе не влияет на вывод об однородности названных продуктов, поскольку однородное сырье, из которого они изготавливаются, не является ключевым критерием при установлении однородности товаров, так как конечные продукты (пельмени и пироги) отличаются по своим вкусовым свойствам, технологиям производства, условиям хранения, условиям и местам реализации и кругу потребителей.  Пельмени хранятся в замороженном виде, так как согласно ГОСТ 18158-72 пельмени - это замороженные полуфабрикаты из теста, начиненные мясным фаршем. Заморозка и хранение в замороженном виде пельменей связаны непосредственно с сохранением их вкусовых качеств, структуры и формы и являются частью процесса их производства, в отличие от хлебобулочных изделий, которые, как правило, изготавливаются путем их термической обработки (жарка, запекание).  Кроме того, данный способ хранения пельменей является традиционным для промышленного производства и их реализации.  Различны и сроки годности готовых хлебобулочных изделий и замороженных полуфабрикатов (пельменей): для хлебобулочных изделий срок годности варьируется в пределах от 24 до 36 часов в зависимости от использованного типа муки, а для замороженных полуфабрикатов (пельменей) срок годности установлен ГОСТ 33394-2015 «Пельмени замороженные. Технические условия», введенным в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 24.11.2015 № 1950-ст, и составляет от 1 до 6 месяцев в зависимости от температурного режима их хранения.  Перечисленные обстоятельства (различия в способах и сроках хранения сравниваемых продуктов) также влияют на различия в условиях и способах их реализации: с одной стороны, замороженные полуфабрикаты реализуется в специализированных отсеках в продуктовых магазинах, оборудованных холодильными камерами, в которых поддерживается определенный температурный режим с целью сохранения вкусовых качеств и сокращения естественных потерь массы при замораживании пельменей; с другой стороны, готовые хлебобулочные изделия реализуются в специализированных секциях продуктового магазина (бакалеях), не предусматривающих особых температурных условий. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 11.12.2017 по делу № СИП-213/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «пельмени, чебуреки, манты и хинкали» | 30 | «полуфабрикаты» | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью к одной и той же родовой или видовой группе, их назначением, ингредиентами (видом материалов), из которых изготовлены товары, условий их реализации, круга потребителей, а также взаимодополняемостью либо взаимозаменяемостью. | Решение Суда по интеллектуальным правам от 22.11.2015 по делу № СИП-120/2014 | | В кассационном порядке решение не оспаривалось |
|  | «пельмени, чебуреки, манты и хинкали» | 30 | «изделия пирожковые, кушанья мучные, пицца, продукты мучные, равиоли, пищевые продукты на мучной или зерновой основе, а также на основе крупы» | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью к одной и той же родовой или видовой группе, их назначением, ингредиентами (видом материалов), из которых изготовлены товары, условий их реализации, круга потребителей, а также взаимодополняемостью либо взаимозаменяемостью. | Решение Суда по интеллектуальным правам от 22.11.2015 по делу № СИП-120/2014 | | В кассационном порядке решение не оспаривалось |
| 30 | «пельмени, в том числе манты, вареники, хинкали; равиоли | 30 | «пряности; соль, горчица; уксус, соусы (приправы)» | Неоднородны  Сравниваемые товары неоднородны, поскольку относятся к различным родовым группам, имеют отличное назначение, состав, круг потребителей, не являются взаимозаменяемыми, имеют различные условия хранения, транспортировки и реализации, продаются в магазинах в различных отделах, а вхождение в состав различных кулинарных блюд таких товаров, как пряности, соль, горчица, уксус, соусы (приправы), не свидетельствует об однородности этих товаров и готового продукта, не делает их взаимодополняемыми, то есть такими, которые обладают свойством удовлетворять потребности только в комплексе друг с другом. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 11.12.2017 по делу № СИП-213/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 30 | «пельмени, в том числе манты, вареники, хинкали; равиоли» | 42 | «обеспечение пищевыми продуктами и напитками» | Неоднородны  Данные товары и услуги не имеют между собой тесной экономической связи и отсутствуют правовые основания для вывода об их происхождении из одного источника. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 11.12.2017 по делу № СИП-213/2016. | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 30 | «пицца» | 30 | «пельмени» | Однородны  Товары «пельмени» и «пицца» по критериям (род (вид) товаров, их потребительские свойства и функциональное назначение (объем и цель применения), вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия их реализации (в том числе общее место продажи, продажу через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей, традиционный или преимущественный уклад использования товаров) являются однородными. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.06.2015 по делу № СИП-970/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «полуфабрикаты и изделия хлебобулочные замороженные и охлажденные, выпеченные, жареные, пироги в ассортименте, пончики, изделия кондитерские мучные, торты и пирожные, кексы в ассортименте, рулеты, в том числе с разными вкусами и начинками» | 30 | «кушанья мучные, тесто и изделия из него (в том числе замороженное), сладкое сдобное тесто для кондитерских изделий (в том числе замороженное),  изделия кондитерские из сладкого теста преимущественно с начинкой, украшения съедобные для кондитерских изделий из сладкого сдобного теста, масса сладкая молочная для кондитерских изделий (заварной крем), изделия пирожковые» | Однородны  Указанные товары однородны, поскольку являются товарами одного рода и вида, имеют одно назначение, один круг потребителей, один рынок сбыта и условия реализации, изготовлены из одних и тех же материалов, являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 12.02.2018 по делу № СИП-372/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 30 | «хлебобулочные изделия; хлеб» | 30 | конфеты, карамель, вафли, галеты, крекеры, печенье, помадки, пралине, шоколад, кондитерские изделия | Однородны  Указанные товары, несмотря на разные родовые группы (хлебобулочные и кондитерские изделия), являются пищевыми продуктами и относятся к товарам широкого потребления, а также соотносятся друг с другом по ряду других признаков, позволяющих отнести их к однородным товарам (имеют одинаковое назначение, имеют общие либо частично совпадающие состав ингредиентов и способ производства, условия сбыта и круг потребителей).  Указанный вывод в отношении однородности товаров касается равным образом как видовой товарной позиции «хлебобулочные изделия» (баранки, булки, сухари, палочки хлебные), так и конкретного товара «хлеб». При этом товар «хлеб» является однородным по отношению к товарам «галеты, крекер», «печенье» на основании таких критериев, как состав сырья, круг потребителей, место реализации, взаимозаменяемость, в связи с чем существует высокая вероятность отнесения потребителями таких товаров к товарам одного производителя. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 11.11.2016 по делу № СИП-307/2016,  [Определением](consultantplus://offline/ref=248BD0F53AC6DD3B7E05305931322E10D1A44F2DD24C62FB4FC1A4BF23960DEF443388B722A396F06BA28414C06CA4F6XBHCI) Верховного Суда РФ от 06.03.2017 № 300-ЭС17-687 отказано в передаче дела в Судебную коллегию по экономическим спорам Верховного Суда РФ |  | |
| 30 | «майонез» | 30 | «подливки мясные» | Однородны  «Подливки мясные» и «майонез» являются приправами (соусами), то есть относятся к одной видовой группе. Данные товары применяются при приготовлении пищи, как вкусовая добавка и ингредиент тех или иных блюд.  При определении однородности товаров, важно принять во внимание и такие критерии как условия реализации (пункт 3.1.4 Методических рекомендаций № 198) и круг потребителей товаров (пункт 3.1.5 Методических рекомендаций № 198).  Сравниваемые товары «подливки мясные» и «майонез» относятся к товарам широкого потребления, преимущественно относительно невысокой стоимости.  В соответствии с пунктом 3.1.6 Методических рекомендаций № 198 при определении однородности товаров целесообразно учитывать, какой стоимостью они обладают (дорогой или дешевой). В отношении дешевых товаров степень внимательности покупателей снижается, и вероятность смешения соответственно увеличивается.  Анализ сопоставляемых товаров показал, что они являются однородными товарами, так как относятся к товарам широкого потребления, низкой ценовой категории, реализуются в розничной сети, то есть имеют один рынок сбыта и совместную встречаемость, потребителями сопоставляемых товаров является достаточно большая часть населения.  При этом то, что майонез является продуктом жирового производства, имеет особые условия хранения (охлажденные помещения или холодильники) не исключает возможности возникновения у потребителя представления о принадлежности сопоставляемых товаров одному производителю, так как сравниваемые товарные знаки имеют высокую степень сходства. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.07.2017 по делу № СИП-769/2016.  Аналогичный вывод содержится в решении Суда по интеллектуальным правам от 26.11.2015 по делу № СИП-120/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «производство и реализация широкого спектра хлебобулочных изделий, в том числе хлеба, булок, сухарей» | 30 | «булки; крекеры; сухари; хлеб; хлеб из пресного теста» | Однородны  Сравниваемые товары однородны, поскольку относятся к хлебобулочным изделиям, что свидетельствует об их общей родовой принадлежности;  Кроме того названные товары имеют общее назначение и сходный состав сырья, из которого они изготовлены. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам  от 08.06.2016  по делу № СИП-6/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
|  | «торты; рулеты; пирожные» | 30 | «кондитерские изделия; кондитерские изделия мучные; торты; пирожные; кондитерские изделия на основе арахиса; изделия кондитерские из сладкого теста преимущественно с начинкой; изделия кондитерские мучные; изделия кондитерские на основе миндаля, арахиса; торты фруктово-ягодные» | Однородны  Сравниваемые товары являются однородными в силу принадлежности к одной родовой группе и функционального назначения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.03.2016 по делу № СИП-354/2015 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «торты; рулеты; пирожные» | 30 | «тесто для тортов, пирожных; украшения съедобные для пирожных и тортов; пудра для кондитерских изделий из сладкого сдобного теста; тесто миндальное; украшения съедобные для кондитерских изделий из сладкого сдобного теста» | Однородны  Сравниваемые товары являются однородными, поскольку относятся к одной сфере производства и являются взаимодополняемыми. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.03.2016 по делу № СИП-354/2015 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 30 | «бисквиты; бриоши; булки; вафли; изделия кондитерские для украшения новогодних елок; изделия кондитерские мучные; карамели; киш (пироги-запеканки с мелко нарезанными кусочками сала); конфеты; крекеры; кулебяки; кушанья мучные; леденцы; лепешки рисовые; марципаны; масса сладкая молочная для кондитерских изделий (заварной крем); пастилки (кондитерские изделия); петифуры; печенье; пироги; помадки (кондитерские изделия); пряники; пудинги; рулет весенний (сырые овощи, завернутые в блин из рисовой муки); сладости; такос (пресная кукурузная лепешка с начинкой из мяса и овощей); тортилы (маисовые лепешки); торты фруктово-ягодные; украшения съедобные для кондитерских изделий из сладкого сдобного теста» | 29, 30 | 29 класс: «мясо, яйца, молоко и молочные продукты, масла и жиры пищевые, сало»  30 класс: «сахар, рис, мука и зерновые продукты, мед, сироп из патоки, дрожжи, пекарные порошки, пряности» | Неоднородны  Согласно [пункту 3.7](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACA99BA1B9BC8A96E0789499269DB9DFB5B27B2648790BD87AF36466C2E07F88F0FFC7D023833C813D2AF91B36c1Y3H) Национального стандарта Российской Федерации «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия. ГОСТ Р 50763-2007», утвержденного приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27.12.2007 № 474-ст, мучное кулинарное изделие: кулинарное изделие заданной формы из теста с различными фаршами или без фаршей. К мучным кулинарным изделиям относят пироги, пирожки, пиццу, кулебяки, чебуреки, пельмени, беляши, ватрушки, пончики, манты, хачапури, штрудели, круассаны, блинчики, блины, оладьи и другие, в том числе изделия национальной и иностранной кухни.  В соответствии с [пунктом 1 раздела 2](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACA99BA1B9BC8A96EE759E99269DB9DFB5B27B2648790BD87AF36466C9E47F88F0FFC7D023833C813D2AF91B36c1Y3H) Государственного стандарта Российской Федерации «Изделия хлебобулочные. Термины и определения. ГОСТ Р 51785-2001», утвержденного постановлением Государственного стандарта Российской Федерации от 27.07.2001 № 298-ст, хлебобулочное изделие - это изделие, вырабатываемое из основного сырья для хлебобулочного изделия или из основного сырья для хлебобулочного изделия и дополнительного сырья для хлебобулочного изделия. К хлебобулочным изделиям относятся: хлеб, булочное изделие, мелкоштучное булочное изделие, изделие пониженной влажности, пирог, пирожок, пончик.  [Пунктами 1](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACA99BA1B9BC8A96E0779F99269DB9DFB5B27B2648790BD87AF36466C9E47F88F0FFC7D023833C813D2AF91B36c1Y3H), [22](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACA99BA1B9BC8A96E0779F99269DB9DFB5B27B2648790BD87AF36466CDEB7F88F0FFC7D023833C813D2AF91B36c1Y3H) и [43 раздела 2](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACA99BA1B9BC8A96E0779F99269DB9DFB5B27B2648790BD87AF36466C2E47F88F0FFC7D023833C813D2AF91B36c1Y3H) Национального стандарта Российской Федерации «Изделия кондитерские и полуфабрикаты кондитерского производства. Термины и определения. ГОСТ Р 53041-2008» утвержденного приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15.12.2008 № 402-ст, предусмотрено, что кондитерское изделие - это многокомпонентный пищевой продукт, готовый к употреблению, имеющий определенную заданную форму, полученный в результате технологической обработки основных видов сырья - сахара и (или) муки, и (или) жиров, и (или) какао-продуктов, с добавлением или без добавления пищевых ингредиентов, пищевых добавок и ароматизаторов. Кондитерские изделия подразделяют на следующие группы: шоколад, какао, сахаристые кондитерские изделия, мучные кондитерские изделия. К мучному кондитерскому изделию относят: печенье, вафли, пряничное изделие, кекс, рулет, торт, пирожное, мучное восточное изделие. К сахаристым кондитерским изделиям относятся: конфета, карамель, ирис, драже, халва, мармелад, пастильное изделие, сахаристое восточное изделие, жевательная резинка, паста, крем, кондитерская плитка, кондитерская фигура, сбивное изделие, безе, нуга.  Таким образом, товары «киш (пироги-запеканки с мелко нарезанными кусочками сала); кулебяки; кушанья мучные; пироги; рулет весенний (сырые овощи, завернутые в блин из рисовой муки); такос (пресная кукурузная лепешка с начинкой из мяса и овощей); пудинги; тортилы (маисовые лепешки); лепешки рисовые» [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ представляют собой кулинарные изделия из теста с различными начинками или без них и относятся к родовой группе «мучные кулинарные изделия».  Товары «бриоши; булки» [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относятся к родовой группе «хлебобулочные изделия», товары «бисквиты; вафли; изделия кондитерские мучные; крекеры; петифуры; печенье; пряники; торты фруктово-ягодные; украшения съедобные для кондитерских изделий из сладкого сдобного теста» [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относятся к родовой группе «мучные кондитерские изделия», товары «изделия кондитерские для украшения новогодних елок; карамели; конфеты; леденцы; марципаны; масса сладкая молочная для кондитерских изделий (заварной крем); пастилки (кондитерские изделия); помадки (кондитерские изделия); сладости» [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относятся к родовой группе «сахаристые кондитерские изделия».  В то же время товары «мясо, птица, дичь, мясные экстракты, печень, птица домашняя (неживая), сало, свинина, солонина» [29-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698947B97B186B9B07C29176E0C9176F26461C3E076D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относятся к родовой группе товаров «мясо, продукты из мяса», товары «яйца, молоко и молочные продукты; масла и жиры пищевые; сыры» [29-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698947B97B186B9B07C29176E0C9176F26461C3E076D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относятся к родовой группе товаров «молочные продукты», другие указанные в свидетельстве товары [29-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698947B97B186B9B07C29176E0C9176F26461C3E076D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относятся к родовой группе товаров «рыба, рыбные продукты и морепродукты», товары «сахар, сироп из патоки» [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относятся к родовой группе товаров «сахара», товары [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ «рис, мука, зерновые продукты» относятся к родовой группе товаров «продукция мукомольно-крупяная», товар «мед» [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относится к родовой группе товаров «продукты пчеловодства», товары «дрожжи, пекарные порошки» [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относятся к родовой группе товаров «продукты для сбраживания, ферменты», товары «пряности» [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относится к родовой группе товаров «приправы, пряности, специи», иные товары [30-го класса](consultantplus://offline/ref=0626686BB3BBBCA66FACAF81BBB9BC8A9BE07698957B97B186B9B07C29176E0C9176F26466CBE371D7F5EAD6882C81229E3E36E519371AcCYFH) МКТУ относятся к родовым группам «кофе, чай, какао и напитки на их основе», «заменители натурального кофе», «продукты крахмальные», «лед, мороженое», «приправы, пряности, специи», «снеки».  При таких обстоятельствах сравниваемые товары представляют собой как сырье для приготовления готовых к употреблению продуктов, так и сами готовые к употреблению продукты.  Поскольку указанные товары имеют разные условия производства и принадлежат к разным родовым группам, различаются по своим потребительским свойствам, условиям реализации и кругу потребителей, не могут быть признаны взаимозаменяемыми, то с учетом степени сходства сравниваемых обозначений и их различительной способности применительно к названным товарам, исключается возможность отнесения потребителем таких товаров к одному производителю. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 07.04.2016 по делу № СИП-454/2015 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП  Судами учтена степень сходства сравниваемых обозначений и их различительная способность применительно к сравниваемым товарам | |
|  | «майонезные соусы» | 30 | «кетчуп (соус), маринад овощной (приправа), горчица, приправы» | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью к одной и той же родовой или видовой группе, их назначением, ингредиентами (видом материалов), из которых изготовлены товары, условий их реализации, круга потребителей, а также взаимодополняемостью либо взаимозаменяемостью. | Решение Суда по интеллектуальным правам от 22.11.2015 по делу № СИП-120/2014 | | В кассационном порядке решение не оспаривалось |
| 30 | «мороженое» | 30 | «шоколад, конфеты» | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена тем, что кондитерская продукция (шоколад, конфеты), будучи недорогим товаром широкого потребления краткосрочного использования и исходя из родовой группы (сладости), общего назначения и потребительских свойств (десерт, лакомство), изготовления из аналогичного сырья (сахар, глазури, какао- порошок, молочные продукты, орехи, цукаты), общих условий реализации (магазины розничной продажи), взаимодополняемости и взаимозаменяемости, является однородной товарам, относящимся к мороженому, поскольку рассматриваемые товары (шоколад, конфеты и мороженое) по причине их природы и назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения.  Дополнительным обстоятельством, значительно повышающим степень смешения в отношении изготовителя является также то, что в настоящее время большое число производителей кондитерских изделий поставляет на рынок мороженое под уже известными потребителю товарными знаками, до этого широко использовавшимися в отношении шоколада, конфет и других кондитерских изделий (например, различные виды мороженого под известными потребителю марками шоколада, шоколадных конфет и шоколадных батончиков «Alpen Gold», «Бон Пари», «Kit Кат», «Nesquik», «Bounty», «Mars», «Dove», «Snickers», «Starburst», «Milka», «Cadbury»).  С учетом данного обстоятельства, у потребителей может возникнуть представление о том, что изготовители кондитерских изделий традиционно расширяют свой ассортимент, включая в него мороженое, а такие товары, как кондитерские изделия (шоколад, конфеты и т.д.) и мороженое, маркированные тождественными или сходными до степени смешения товарными знаками, производятся одним изготовителем. | Решение Суда по интеллектуальным правам от 12.12.2016 по делу № СИП-124/2016 | В кассационном порядке решение не оспаривалось | |
| 30 | «йогурт замороженный (мороженое); мороженое; сорбет (мороженое)» | 32 | «фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков; фруктовые нектары; содовая вода» | Однородны  Указанные товары относятся к товарам краткосрочного пользования и широкого потребления, приобретаемым, как правило, периодически по мере необходимости, и порой без проявления должной степени внимательности при покупке, поскольку имеют преимущественно относительно невысокую стоимость, что значительно усиливает вероятность смешения товаров потребителями.  Мороженое, сорбеты, фруктовые нектары и соки относятся к легким десертным пищевым продуктам и безалкогольным напиткам, употребляемым в пищу не только в целях утоления голода или жажды, а также и в качестве прохладительного или десертного продукта.  Таким образом, сравниваемые товары могут иметь общее назначение. Также, как правило, эти товары, не имеют длительного срока хранения и часто употребляются дома или в кафе, ресторанах.  Мороженое и безалкогольные напитки относится к освежающим пищевым продуктам, разновидность которых в последнее время расширяется в том числе за счет заимствования кулинарами ингредиентов и способов приготовления.  Кроме того, совпадают рассматриваемые товары и по составу сырья - в состав мороженого и сорбетов, как и во фруктовые нектары и соки, входят сахар и другие подсластители, а также сиропы, вода и лед; при этом определенные виды мороженого (фруктовое, фруктовый лед, замороженный сок и пр.), сорбеты и замороженный йогурт могут содержать компоненты на основе фруктов, а также содержать либо полностью состоять из фруктовых соков, нектаров.  Что касается условий реализации, необходимо отметить следующее. Так, согласно открытой информации, имеющейся в сети Интернет (энциклопедия «Википедия»), фруктовый лед представляет собой замороженный в специальной форме фреш (свежевыжатый сок с мякотью) или смузи (фруктовый коктейль). Сорбет - замороженный десерт, приготовленный из сахарного сиропа и фруктового сока или пюре; иногда его замораживают не полностью и употребляют в качестве холодного напитка. Фраппе - это любой напиток, в котором основу составляет не вода, а очень мелкая ледяная крошка.  Такие товары, как мороженое, сорбеты, замороженные йогурты, с одной стороны, и фруктовые соки, нектары, минеральные воды, с другой стороны, могут реализовываться как в небольших розничных магазинах шаговой доступности, так и в крупных сетевых продовольственных универсамах, либо могут предлагаться к продаже, например, в кафе или бистро. Более того, сравниваемые товары могут реализовываться в морозильных и холодильных камерах соответственно и располагаться рядом друг с другом.  При признании указанных товаров однородными судом учтена высокая степень сходства сравниваемых товарных знаков, поскольку они являются практически тождественными, в связи с чем круг товаров, которые следует рассматривать в качестве однородных, может быть значительно расширен | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 08.07.2016 по делу № СИП-503/2015 | Судами учтена высокая степень сходства сравниваемых обозначений и расширен круг товаров, которые следует рассматривать в качестве однородных | |
| 32 | «аперитивы безалкогольные; воды; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки фруктовые; нектары фруктовые с мякотью; порошки для изготовления газированных напитков; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; соки овощные; соки фруктовые; составы для изготовления газированной воды; составы для изготовления ликеров; составы для изготовления минеральной воды; составы для изготовления напитков; сусла; таблетки для изготовления газированных напитков; экстракты фруктовые безалкогольные; экстракты хмелевые для изготовления пива; эссенции для изготовления напитков» |  | «деятельность по розничной продаже товаров, в том числе безалкогольных напитков и пива» | Однородны  Однородность указанных товаров и услуг обусловлена тем, что услуги розничной торговли существуют не сами по себе, а связаны с конкретными товарами | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 31.03.2017 по делу № СИП-476/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 32 | «квас, фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков» | 32 | «минеральные воды» | Однородны  Сопоставляемые товары однородны, поскольку относятся к одному виду товаров «безалкогольные напитки», имеют одно назначение, один круг потребителей, один рынок сбыта. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.03.2015 по делу № СИП-419/2015 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 32 | «пиво» | 33 | «водка» | Однородны  Однородность сравниваемых товаров обусловлена тем, что они относятся к одной и той же родовой группе товаров – «алкогольная продукция», поскольку имеют такие общие признаки родовой группы, как назначение, круг потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.11.2014 по делу № СИП-459/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 32 | «пиво, сусла, сусло виноградное, сусло пивное, сусло солодовое, экстракты хмелевые для изготовления пива» | 33 | «аперитивы; арак; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; джин; дижестивы; коктейли; ликеры; напитки алкогольные; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый; настойка мятная; настойки горькие; ром; сакэ; сидры; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые» | Однородны  Поскольку пиво относится к алкогольной продукции, а сусла и экстракты хмелевые в качестве ингредиента входят в состав алкогольной продукции (включая пиво) и воспринимаются потребителем как связанные с алкогольной продукцией сравниваемые товары признаны однородными. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.04.2015 по делу № СИП-646/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 32 | «напитки безалкогольные | 33 | «алкогольные напитки (за исключением пива); вина» | Неоднородны  В пункте 4.2. Методических рекомендаций по определению однородности товаров и услуг при экспертизе, утвержденных Приказом Роспатента от 31.12.2009 № 198, разъяснено, что 32-ой и 33-й классы МКТУ являются корреспондирующими. При этом примером однородных товаров в указанных классах является 32 класс – пиво и 33 класс – напитки алкогольные. Учитывая данные рекомендации, а также различное назначение товаров, вид материала из которого они изготовлены, разные условия сбыта и отличающийся круг потребителей, следует прийти к выводу о неоднородности товаров 32-го класса (напитки безалкогольные) и 33-го класса (алкогольные напитки (за исключением пива); вина) МКТУ. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.07.2014 по делу №СИП-55/2013. | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 32 | «напитки безалкогольные; напитки фруктовые; нектары фруктовые с мякотью; сок томатный; сок яблочный; соки овощные; соки фруктовые» | 29 | «компоты; мякоть фруктовая; паста томатная; пюре клюквенное; пюре фруктовое, овощное; пюре яблочное; сок томатный для приготовления пищи; соки овощные для приготовления пищи; соусы фруктовые; фрукты, консервированные в спирте» | Однородны  Данные товары признаны судом однородными, поскольку могут быть отнесены потребителями к одному источнику происхождения, так как являются товарами широкого потребления, имеют схожее назначение, общий круг потребителей и область реализации, изготавливаются из одного сырья (овощи, фрукты) схожими способами, при этом некоторые из них могут быть отнесены к товарам одной родовой группы (соки) | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 13.02.2015по делу № СИП-631/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
|  | производство и реализация алкогольной продукции (алкогольные напитки) | 42 | «снабжение продовольственными товарами» | Однородны  Деятельность по производству алкогольной продукции относится к снабжению алкогольной продукцией, которая соотносится с услугами «снабжение продовольственными товарами» как род - вид.  В целом услуги существуют не сами по себе, а предназначены для определенного вида деятельности. Конкретные услуги «реализация алкогольных напитков» предназначены для введения в гражданский оборот конкретного товара – «алкогольных напитков».  При изложенной ситуации товары «алкогольные напитки» и услуги «снабжение продовольственными товарами» могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения и являются однородными. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.09.2015 по делу № СИП-1043/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 32 | «пиво, минеральные воды и прочие безалкогольные напитки, фруктовые напитки и фруктовые соки» | 35 | «реализация пива и безалкогольных напитков» | Однородны  В целом услуги существуют не сами по себе, а предназначены для определенного вида деятельности. Конкретные услуги «реализация пива и безалкогольных напитков» предназначены для реализации конкретного товара - пива и безалкогольных напитков.  При этом подлежат учету следующие обстоятельства: род (вид) товаров (услуг), их потребительские свойства и функциональное назначение (объем и цель применения), вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров (услуг), условия их реализации (в том числе общее место продажи, продажу через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей, традиционный или преимущественный уклад использования товаров (услуг).  При изложенной ситуации товары «пиво и безалкогольные напитки» и услуги «реализация пива и безалкогольных напитков» могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения. | Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 20.05.2014 по делу № СИП-226/2013 | Указанный вывод сделан при рассмотрении дела в кассационном порядке вопреки позиции, изложенной судом первой инстанции. | |
| 32,  33 | «пиво»  «напиток медовый (медовуха), водка» | 33 | «водка» | Однородны  Согласно [подпункту 7 статьи 2](consultantplus://offline/ref=57F0BBF60BE4DA02E7C49F52C97EF87E25C32BF4DC240755636FF50E6DC10C7DC2BE17AF1C9ACD74E079692C0917B84FC3451AB3F5i7t0I) Федерального закона от 18.07.2011 № 218-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.  В соответствии с [ГОСТом Р 52700-2006](consultantplus://offline/ref=57F0BBF60BE4DA02E7C49C47D07EF87E2DC92CF4D0735057323AFB0B6591566DD4F718AD049CC43EB33D3Di2t9I) «Напитки слабоалкогольные» напиток «медовуха» относится к слабоалкогольным напиткам. При этом согласно [пункту 5.1.3](consultantplus://offline/ref=57F0BBF60BE4DA02E7C49C47D07EF87E2DC92CF4D0735057323AFB0B6591446D8CFB1AAC1A95C62BE56C78740614A750C05906B1F479iFt3I) указанного стандарта по физико-химическим показателям объемная доля этилового спирта слабоалкогольных напитков должна соответствовать норме 1,2 - 9,0%.  Таким образом, алкогольные товары - как крепкие «водка», так и слабоалкогольные «пиво», «медовуха», - и «безалкогольные напитки» для части потребителей являются взаимодополняющими, поэтому, принимая во внимание традиционный уклад их использования, а также возможность отнесения потребителями к одному источнику происхождения, товары [32-го класса](consultantplus://offline/ref=3D7BDB6A9B9AC9299CFC31682BC7A1D264CA12B9D1221D0BEB584741610E3DAEEF615902851CA9DFFAB183AFAA36AF9FEBE02BDD92DEA6V4pDI) МКТУ «безалкогольные напитки, пиво» и товары [33-го класса](consultantplus://offline/ref=3D7BDB6A9B9AC9299CFC31682BC7A1D264CA12B9D1221D0BEB584741610E3DAEEF615902851EA9DAFAB183AFAA36AF9FEBE02BDD92DEA6V4pDI) МКТУ «алкогольные напитки» являются однородными. | Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.03.2016 по делу № СИП-419/2015 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 32 | «безалкогольные напитки» | 33 | «алкогольные напитки (за исключением пива); вина» | Однородны  Поскольку алкогольные и безалкогольные напитки являются товарами широкого потребления и краткосрочного пользования, вероятность их смешения в глазах потребителей является достаточно высокой.  С учетом того, что названные товары для части потребителей являются взаимодополняющими, принимая во внимание традиционный уклад их использования, а также возможность отнесения потребителями к одному источнику происхождения, президиум Суда по интеллектуальным правам считает, что их следует признать однородными. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.07.2014 по делу № СИП-55/2013,  [Определением](consultantplus://offline/ref=D8A0AEE59A9F8619B72A595B079C01FED8F013EE0E6C5813CAA40F6006CF8EF6F511CEB4A47C35DAAB1989F7A22D5BF34Bw7I) Верховного Суда РФ от 14.11.2014 № 300-ЭС14-3502 в передаче дела в Судебную коллегию по экономическим спорам Верховного Суда РФ отказано |  | |
| 33 | «алкогольные напитки (за исключением пива); аперитивы; бренди; вина; виски; водка; джин; коктейли; ликеры; напитки алкогольные, содержащие фрукты; настойки горькие; ром; сакэ; сидры; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты спиртовые фруктовые; эссенции спиртовые» | 32 | «напитки безалкогольные» | Однородны  Однородность товаров аргументирована тем, что продажа алкогольных напитков и безалкогольных энергетических напитков осуществляется в одних торговых точках, где указанные товары располагаются рядом друг с другом  Кроме того безалкогольные напитки относятся к сегменту недорогих товаров, приобретая которые, потребитель не осуществляет, в отличие от приобретения дорогостоящих товаров, долгое и детальное изучение индивидуализирующих признаков, делая выбор на основе достаточно общих впечатлений о внешнем виде ранее приобретенного товара. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.09.2014 по делу № СИП-169/2014 | Указанный вывод о неоднородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 33 | «вина, напитки спиртовые и ликеры; виски, ликеры на основе виски» | 32 | «минеральные и газированные воды; газированные и негазированные безалкогольные напитки; напитки фруктовые; соки фруктовые; энергетические напитки; сиропы, концентраты для изготовления напитков; порошки для изготовления напитков; составы для изготовления напитков» | Неоднородны  Сравниваемые товары имеют разную видовую принадлежность (алкогольные напитки - безалкогольные напитки и их компоненты), различное назначение (расслабление, улучшение настроения - утоление жажды, получение витаминов, стимулирующих веществ), круг потребителей и условия реализации (находятся в магазинах на разных полках, существование специализированных магазинов по торговле алкоголем, ограничения по времени реализации для алкогольных напитков и пр.). Ввиду чего не могут быть признаны однородными товарами. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.08.2018  по делу № СИП-163/2017 | Указанный вывод о неоднородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 33 | «алкогольные напитки (за исключением иных, кроме водки)» | 32 | «составы для изготовления ликеров; сусла; сусло виноградное» | Однородны  Сопоставляемые товары являются однородными, ввиду того, что соотносятся между собой как род - вид, поскольку сусло, являясь полуфабрикатом производства алкогольной продукции, непосредственно входит в состав и служит ингредиентом для изготовления алкогольной продукции, в том числе водки. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.05.2015 по делу № СИП-939/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 33 | «алкогольные напитки (за исключением пива)» |  | «реализация пива» | Неоднородны  Указанные товары и услуги неоднородны, поскольку условия производства и реализации товаров, отнесенных к 33-му классу МКТУ, отличаются от условий реализации товаров 32-го класса МКТУ.  Так пунктом 1 статьи 1 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее - Закон об обороте этилового спирта) установлены правовые основы производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и ограничения потребления (распития) алкогольной продукции в Российской Федерации.  В частности статьей 8 названного Закона установлено, что организации, крестьянские (фермерские) хозяйства без образования юридического лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие производство этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и использующие в указанных целях основное технологическое оборудование, изготовленное как на территории Российской Федерации, так и за пределами ее территории, обязаны иметь на указанное оборудование сертификат соответствия или декларацию о соответствии, выданный в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.  При этом основное технологическое оборудование для производства этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, за исключением оборудования для производства спиртосодержащих лекарственных препаратов и (или) спиртосодержащих медицинских изделий, вина, фруктового вина, ликерного вина, игристого вина (шампанского), винных напитков без добавления этилового спирта, виноматериалов, сусла, виноградного сусла, пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи и для производства в соответствии с перечнем, устанавливаемым Правительством Российской Федерации, спиртосодержащей непищевой продукции, должно быть оснащено автоматическими средствами измерения и учета концентрации и объема безводного спирта в готовой продукции, объема готовой продукции.  Этой же статьей Закона об обороте этилового спирта предусмотрено, что для производства этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции организация обязана использовать только основное технологическое оборудование, принадлежащее ей на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления, за исключением основного технологического оборудования для производства вина, игристого вина (шампанского) сельскохозяйственными товаропроизводителями из собственного винограда.  Кроме того, алкогольная продукция, за исключением пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, подлежит обязательной маркировке, вся алкогольная продукция, производимая на территории Российской Федерации, за исключением алкогольной продукции, поставляемой на экспорт, маркируется федеральными специальными марками.  Указанные марки приобретаются в государственном органе, уполномоченном Правительством Российской Федерации.  При этом федеральные специальные марки или акцизные марки выдаются заявителям при наличии у них лицензии на осуществление соответствующего вида лицензируемой деятельности.  Доказательства наличия у истца соответствующего технологического оборудования для производства этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, равно и как наличия соответствующих разрешительных документов, в материалы дела не представлено. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.01.2018 по делу № СИП-280/2017 | Указанный вывод о неоднородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 33 | «вина, напитки спиртовые и ликеры; виски, ликеры на основе виски» | 32 | «пиво» | Низкая степень однородности  Названные товары имеют общую родовую принадлежность и назначение.  Виски относятся к элитным алкогольным напиткам, имеющим высокую стоимость, реализация данной продукции осуществляется в магазинах, специализирующихся на продаже дорогого алкоголя, что подразумевает особый круг потребителей, обладающих соответствующими финансовыми возможностями, тогда как «пиво» относится к слабоалкогольной продукции относительно недорогой категории, рассчитанной на массового потребителя, и, соответственно, как правило, реализуемой в магазинах, осуществляющих реализацию товаров широкого ассортимента;  Однако ни по кругу потребителей, ни по каналам реализации сравниваемые товары не могут быть признаны однородными | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.08.2018  по делу № СИП-163/2017 | Указанный вывод о неоднородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП.  При оценке степени однородности учтена степень сходства обозначений, которая являлась низкой, поэтому и степень однородности признана низкой. | |
| 35 | «организация торговых ярмарок для коммерческих или рекламных целей, организация выставок для коммерческих или рекламных целей, сбыт товаров через посредников, сбыт товаров через всемирную компьютерную сеть» | 42 | «деятельность по розничной торговле непродовольственными товарами широкого потребления» | Однородны  Приходя к выводу об однородности сравниваемых услуг, суд руководствовался в первую очередь, таким признаком, как назначение услуги, предназначенной для конкретного вида деятельности. Как деятельность по розничной торговле товарами, так и услуги «организация торговых ярмарок для коммерческих или рекламных целей», «сбыт товаров через посредников», «сбыт товаров через всемирную компьютерную сеть» имеют своей целью доведение до потребителей информации о товаре, способствование реализации товаров и саму по себе реализацию. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.05.2015 по делу № СИП-919/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 35 | «демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; продвижение товаров (для третьих лиц), в том числе услуги оптовой и розничной торговли, торговля (реализация товаров) по каталогам и предварительным заказам, магазины, интернет - магазины, торговые дома, рынки, торговые центры, аптеки, супермаркеты, автосалоны; публикация рекламных текстов; распространение образцов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети» | 35 | «реклама» | Однородны  Вывод об однородности сравниваемых услуг сделан судом с учетом положений [пункта 3.4](consultantplus://offline/ref=7EFA7A636874B4C3BC3B3D16330F638A4A5030041750AB3433FB34F044910F61045C426AD0AEE26E1689ED4DAB93DD5C1A04D7AA82CDC854wA71G) Методических рекомендаций по определению однородности товаров и услуг при экспертизе заявок на государственную регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, утвержденных приказом Роспатента от 31.12.2009 № 198, согласно которым при определении однородности услуг может быть учтена их принадлежность к одному и тому же роду, виду. Например, по этому признаку могут рассматриваться в качестве однородных такие услуги как «продвижение товаров (для третьих лиц)» и «реклама». Продвижение товаров - это совокупность разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров. Реклама является одним из средств продвижения товаров. В связи с этим она может быть отнесена к совокупности услуг, оказываемых при продвижении товаров.  Сравниваемые услуги относятся к одному и тому же виду услуг и имеют своей целью повышение спроса на товары, увеличение сбыта, расширение рыночного поля товаров.  При этом судом учтена правовая позиция Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенная в постановлениях от 24.04.2012 № 16912/11, от 18.06.2013 № 2050/13 по вопросу об однородности товаров. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 16.07.2014 по делу № СИП-77/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «продажа и продвижение товаров, участие в ярмарках» | 35 | «реклама» | Однородны  Вывод об однородности сравниваемых услуг сделан судом с учетом положений [пункта 3.4](consultantplus://offline/ref=7EFA7A636874B4C3BC3B3D16330F638A4A5030041750AB3433FB34F044910F61045C426AD0AEE26E1689ED4DAB93DD5C1A04D7AA82CDC854wA71G) Методических рекомендаций по определению однородности товаров и услуг при экспертизе заявок на государственную регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, утвержденных приказом Роспатента от 31.12.2009 № 198, согласно которым при определении однородности услуг может быть учтена их принадлежность к одному и тому же роду, виду. Например, по этому признаку могут рассматриваться в качестве однородных такие услуги как «продвижение товаров (для третьих лиц)» и «реклама». Продвижение товаров - это совокупность разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров. Реклама является одним из средств продвижения товаров. В связи с этим она может быть отнесена к совокупности услуг, оказываемых при продвижении товаров. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 12.05.2016 по делу № СИП-928/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 35 | «реклама; радиореклама; телевизионная реклама; выпуск рекламных материалов; публикация рекламных текстов; почтовая рассылка рекламных материалов [проспектов, брошюр и т.п.]; прокат рекламных материалов; организация выставок для коммерческих или рекламных целей» | 35 | «демонстрация товаров; продвижение товаров для третьих лиц» | Однородны | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.06.2017 по делу № СИП-738/2016 | Как в постановлении президиума, так и в решении суда содержится лишь вывод об однородности указанных услуг без соответствующего обоснования | |
| 35 | «реализация товаров» | 35 | «услуги по рекламе» | Неоднородны  Реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (статья 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»).  Реализацией товаров, работ или услуг организацией или индивидуальным предпринимателем признается соответственно передача на возмездной основе (в том числе обмен товарами, работами или услугами) права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, возмездное оказание услуг одним лицом другому лицу, а в случаях, предусмотренных Налоговым кодексом Российской Федерации, передача права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, оказание услуг одним лицом другому лицу - на безвозмездной основе (статья 39 Налогового кодекса Российской Федерации).  В соответствии с пунктом 3.1 ГОСТ Р 51304-2009 «Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги торговли. Общие требования», утвержденного приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15.12.2009 № 769-ст, услугой торговли является результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.  Кроме того, рекламные услуги оказываются рекламными агентствами другим лицам - различным производителям товаров и услуг. Потребителями рекламы являются теле-, радио- и интернет-аудитория, участники выставок.  Назначением услуги «реализация товаров» является продажа покупателям товаров любых производителей, вида и ассортимента. Лицами, оказывающими данную услугу, являются торговые предприятия (магазины), в определенных случаях имеющие специальное разрешение (лицензию) на торговую деятельность в целом или продажу отдельных видов товаров. Потребителями данного вида услуги являются все покупатели, заходящие в магазин для покупок.  Следовательно, услуги, связанные с реализацией товаров, и непосредственно услуги по рекламе, имеют разные условия реализации, круг потребителей и являются услугами разного рода. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 01.06.2017 по делу № СИП-694/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
|  | «продажа и продвижение товаров, участие в ярмарках» | 35 | «менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба» | Неоднородны  Услуги «менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба» не являются однородными в отношении осуществляемой истцом деятельности по продаже и продвижению товаров.  При этом сама по себе поданная заявка на регистрацию спорного обозначения в качестве товарного знака не может являться достаточным доказательством заинтересованности истца в досрочном прекращении правовой охраны спорного товарного знака, поскольку заявка может быть подана любым лицом. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 12.05.2016 по делу № СИП-928/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 35 | «реализация одежды» | 25 | «одежда» | Однородны  Услуги существуют не сами по себе, а предназначены для определенного вида деятельности; услуга «реализация одежды» предназначена для реализации конкретного товара – одежды;  при изложенной ситуации товар «одежда» и услуга «реализация одежды» могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения и являются однородными. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.02.2016 и от 14.07.2016 по делу № СИП-372/2015 | В целях проведения анализа об однородности президиум направил дело на новое рассмотрение. | |
| 35 | «информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям (информация потребительская товарная); исследования маркетинговые; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; посредничество коммерческое (обслуживание); предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов» | 35 | «реклама, а именно реклама интерактивная в компьютерной сети» | Фактически признаны однородными  Согласно [пунктам 1](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE8DDFC7F098B652F9D30A50FD7CCE066AEBE2C76FE32F7BD4B256DC91A3A322C721BB405AB00DEA558C76D16B4615v0K0I) - [3 статьи 3](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE8DDFC7F098B652F9D30A50FD7CCE066AEBE2C76FE32F7BD4B256DC91A3A32CC721BB405AB00DEA558C76D16B4615v0K0I) Закона о рекламе:  реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;  объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.  При этом к «услугам рекламным» Общероссийский [классификатор](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE8DDFC7F098B652F0D20D57FF7CCE066AEBE2C76FE32F69D4EA5ADD93BDA027D277EA05v0K7I) продукции по видам экономической деятельности (ОК 034-2014 (КПЕС 2008)), утвержденный приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 31.01.2014 № 14-ст, относит широкий спектр услуг (код [73.1](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE8DDFC7F098B652F0D20D57FF7CCE066AEBE2C76FE32F7BD4B256DF93ABA020C721BB405AB00DEA558C76D16B4615v0K0I)), включающий в том числе услуги по подготовке, созданию и размещению рекламы, такие как: выбор информационных средств для размещения рекламы, оформление рекламных объявлений, иллюстраций, плакатов и т.д., написание сценариев рекламных роликов, размещение в средствах массовой информации, подготовка рекламных образцов или фильмов (без их изготовления), организация рекламных кампаний прямого маркетинга или кампаний прямой почтовой рекламы, а равно услуги по прямому маркетингу и прямой почтовой рекламе (разработка и организация рекламных кампаний по прямому маркетингу, т.е. организация прямой рассылки рекламных и маркетинговых сообщений потребителям, а не по их передаче через средства массовой информации), услуги по разработке рекламного дизайна и концепции (разработка основной идеи для рекламного объявления, написание слов для рекламы, составление планов печатных рекламных объявлений, иллюстраций, плакатов, написание сценариев для рекламных фильмов) и другие.  В Общероссийском [классификаторе](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE8DDFC7F098B652F0D30456FC7CCE066AEBE2C76FE32F69D4EA5ADD93BDA027D277EA05v0K7I) видов экономической деятельности (ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2)), утвержденном приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 31.01.2014 № 14-ст, отмечено, что деятельность рекламных агентств (код [73.11](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE8DDFC7F098B652F0D30456FC7CCE066AEBE2C76FE32F7BD4B256DC95AAA426C721BB405AB00DEA558C76D16B4615v0K0I)) включает предоставление всех видов услуг в области рекламы (через заключение субподрядного договора), включая консультирование, творческое обслуживание, изготовление рекламных материалов и закупки (в том числе подготовку и проведение рекламных кампаний: подготовку и размещение рекламных материалов в газетах, периодических изданиях, на радио, телевидении, в информационно-коммуникационной сети Интернет и прочих средствах массовой информации, подготовку и размещение рекламы, например, на афишных тумбах, рекламных щитах, стендах для афиш и объявлений, в витринах, в демонстрационных залах, размещение рекламы на автомобилях и автобусах и т.п., воздушную рекламу, распространение или доставку рекламных материалов или пробных образцов, подготовку стендов и прочих демонстрационных материалов и сайтов; проведение маркетинговых исследований и прочие услуги в сфере рекламы, нацеленные на привлечение и удержание клиентов, промо-акции продукции, маркетинговые исследования пунктов продаж, адресную рассылку рекламных материалов, консультирование в области маркетинга).  В описании к [35-му классу](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE88D0C4F098B656F8D50C57F621C40E33E7E0C060BC387C9DBD54D897A2A02E9824AE5102BC0EF64A8F6ACD6947v1KCI) в 9-й и 10-й редакциях МКТУ указано на то, что этот класс включает, в основном, услуги, оказываемые лицами или организациями, основной целью которых является: помощь в эксплуатации или управлении коммерческого предприятия или помощь в управлении делами или в коммерческой деятельности промышленного или торгового предприятия, а также услуги, оказываемые рекламными учреждениями, обеспечивающими, главным образом, связь с потребителями и оповещение или объявление с помощью любых средств информации о всевозможных товарах и видах услуг.  К указанному [классу](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE88D0C4F098B656F8D50C57F621C40E33E7E0C060BC387C9DBD54D897A2A02E9824AE5102BC0EF64A8F6ACD6947v1KCI), в частности, относятся: сбор для третьих лиц различных товаров (не подразумевая их транспортировку) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями (эти услуги могут осуществляться через розничные и оптовые магазины, почтовые каталоги продаж, электронные средства, например, теле-магазины или интернет-сайты); услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных; услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте. К данному [классу](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE88D0C4F098B656F8D50C57F621C40E33E7E0C060BC387C9DBD54D897A2A02E9824AE5102BC0EF64A8F6ACD6947v1KCI) также можно отнести рекламу других услуг, касающихся, например, банковских займов, а также радиорекламу.  В [пункте 3.4](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE8DDFC7F098B651F0DE0A52F57CCE066AEBE2C76FE32F7BD4B256DC91A3A725C721BB405AB00DEA558C76D16B4615v0K0I) Методических рекомендаций по определению однородности товаров и услуг при экспертизе заявок на государственную регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, утвержденных приказом Федеральной службы по интеллектуальной собственности по патентам и товарным знакам от 31.12.2009 № 198, отмечено, что при установлении однородности услуг целесообразно руководствоваться в первую очередь таким признаком, как назначение услуги, предназначенной для конкретного вида деятельности (реклама, страхование, воспитание и т.д.). При определении однородности услуг может быть учтена их принадлежность к одному и тому же роду, виду. Например, по этому признаку могут рассматриваться в качестве однородных такие услуги, как «продвижение товаров (для третьих лиц)» и «реклама». Продвижение товаров - это совокупность разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров. Реклама является одним из средств продвижения товаров.  При этом формы рекламы можно подразделить по следующим признакам: по признаку каналов передачи информации - печатная реклама, реклама в прессе, аудиовизуальная реклама, радио- и телереклама, компьютерная реклама; по признаку видов рекламных материалов (мероприятий) - наружная реклама, почтовая реклама, рекламные сувениры, устная реклама.  Делая вывод о том, что деловая информация - это сведения о финансовой стороне деятельности предприятия, планы деятельности и развития предприятия, то есть широкий спектр информации, так или иначе связанной с ведением бизнеса, в частности, представляемой производителям товаров и услуг в целях эффективной организации их коммерческой деятельности, а также потребителям товаров и услуг, в целях оптимального выбора производителей товаров и услуг для вложения средств, а следовательно, продвижение товаров и создание их широкой известности не являются назначением услуг, связанных с предоставлением деловой информации, суд не учитывал, что продвижение товаров - это совокупность разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров.  Равным образом приведенное понятие продвижения товаров не было учтено судом и при оценке характера товарной информации, которая, как установил сам же суд, имеет цель доведения до сведения потребителя (поставщика, продавца и др.) сведений о потребительских свойствах товара, об условиях и режимах правильного хранения, транспортирования, выбора, использования и утилизации товара.  При анализе того, что есть информация товарная, суд первой инстанции не учел что, как отмечено в [пункте 2](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE8DDFC7F098B651FBD00E50F47CCE066AEBE2C76FE32F7BD4B256DC91A3A025C721BB405AB00DEA558C76D16B4615v0K0I) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»», размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.  В связи с изложенным суду первой инстанции следовало дать оценку цели распространения информации о товарах, осуществляемой при оказании оспариваемых услуг, с учетом того, что реклама, являясь одним из средств продвижения товаров, - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.  Суд первой инстанции также отклонил довод стороны о том, что назначение услуг, связанных с маркетинговыми исследованиями, совпадает с назначением услуг рекламы, в связи с чем данные услуги являются однородными.  Отклоняя названный довод, суд, учитывая информацию, содержащуюся в словарно-справочных источниках, исходил из того, что маркетинговые исследования представляют собой анализ рынка с целью выявления размера рынка для товаров определенного вида; изучение рынка товаров и услуг, спроса и предложения, поведения потребителей, рыночной конъюнктуры, динамики цен с целью лучшего продвижения своих товаров на рынке (Словарь экономических терминов. 2015).  Целью маркетинговых исследований является помощь предприятию по определению возможности массового производства товаров или услуг, по установлению иерархии характеристик товаров или услуг, способных обеспечить успех на рынке, по проведению анализа типологий и мотиваций имеющейся и потенциальной клиентуры, по определению цены и оптимальных условий продажи товаров и услуг.  Учитывая изложенное, суд первой инстанции, обращая внимание на то, что разработка стратегий рекламных кампаний базируется на результатах маркетинговых исследований, вместе с тем пришел к выводу, что назначение этих видов услуг существенно отличается.  Президиум Суда по интеллектуальным правам отметил, что вывод суда первой инстанции о существенных отличиях в назначении маркетинговых исследований и рекламных услуг не вытекает из определения понятий «маркетинг» и «реклама», приведенных самим же судом в обжалуемом [решении](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE92D7C0F098B653FDD20553F621C40E33E7E0C060BC2A7CC5B256DE8FA2A33BCE75EBv0KCI), не соответствует выводам суда о связи названных услуг, как обоснованно отмечено в кассационной жалобе, а также судебной практике по рассмотрению дел, касающихся вопросов установления однородности товаров и услуг.  При этом при анализе однородности сравниваемых услуг судом не было принято во внимание определение понятия продвижения товаров как совокупности разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров.  Анализ судебной практики по сходным вопросам показал, что в [постановлении](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE92D7C0F098B659FBDE095FAB2BCC573FE5E7CF3FB93F6D9DBE55C290A1BF27CC74vEK2I) президиума СИП от 28.11.2014 по делу № СИП-476/2014 подтверждена позиция суда первой инстанции о том, что услуги по продвижению товаров третьих лиц являются однородными услугам [35-го класса](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE88D0C4F098B656F8D50C57F621C40E33E7E0C060BC387C9DBD54D897A2A02E9824AE5102BC0EF64A8F6ACD6947v1KCI) МКТУ «агентства рекламные, аренда площадей для размещения рекламы, демонстрация товаров, изучение рынка, исследования в области маркетинга, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, оформление витрин, продвижение товаров [для третьих лиц], публикация рекламных текстов, распространение рекламных материалов, реклама». Сравниваемые услуги относятся к одному и тому же виду услуг и имеют своей целью повышение спроса на товары, увеличение сбыта, расширение рыночного поля товаров.  В [постановлении](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE92D7C0F098B653FED30E56F621C40E33E7E0C060BC2A7CC5B256DE8FA2A33BCE75EBv0KCI) президиума СИП от 15.01.2018 по делу № СИП-130/2017 содержится подход об однородности рекламных мероприятий и организации маркетинга, то есть услуг по продвижению товаров для третьих лиц и услуг по организации торгово-закупочной деятельности.  Выводы суда первой инстанции о неоднородности маркетинговых исследований и рекламных услуг не согласуются со сделанными в этом же [решении](consultantplus://offline/ref=8ED9971644EBA679FDFE92D7C0F098B653FDD20553F621C40E33E7E0C060BC2A7CC5B256DE8FA2A33BCE75EBv0KCI) выводами суда о связи названных услуг, а также с подходами, выработанными судебной практикой, о том, что сравниваемые услуги относятся к одному и тому же виду услуг и имеют своей целью повышение спроса на товары, увеличение сбыта, расширение рыночного поля товаров. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 29.03.2018  по делу № СИП-469/2017 | Президиум не согласился с выводом суда первой инстанции об неоднородности и направил дело на новое рассмотрение | |
| 35 | «услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» | 35 | «демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; продажа аукционная; реклама» | Однородны  Услуги направлены на продвижение и реализацию товаров третьих лиц, исходя из рода (вида) услуг, их потребительских свойств и функционального назначения (объем и цель применения);  взаимодополняемость и взаимозаменяемость сравниваемых услуг, условия их оказания, круг потребителей, преимущественный уклад оказания этих услуг, сходные характеристики и состав из схожих компонентов (демонстрация, продажа, продвижение, реклама товаров) позволяют сделать вывод, что эти услуги выполняют одни и те же функции - продвижение, реализацию и рекламу различных товаров, перечень которых не ограничен;  более того, по причине природы и назначения этих услуг они могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.03.2018 по делу № СИП-694/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 35 | «реализация товаров» | 35 | «демонстрация товаров» | Однородны  «Демонстрация товаров» однородна услугам, связанным с реализацией товаров, поскольку они имеют сходную направленность «предложение продукции покупателям» и цель «доведение товара до потребителя», услуги розничной торговли традиционно сопряжены с демонстрацией товаров. Так, под демонстрацией товаров понимается торгово-технологический процесс, при котором покупателю предоставляется доступ к товару для доведения наглядным способом информации о его потребительских свойствах различными способами, включая визуальное ознакомление с товаром или возможность тактильной оценки товара, или одорологическая оценка товара, или вкусовая оценка товара (дегустация), или демонстрация работ, или испытание товара в действии (пункт 124а ГОСТ Р 51303-2013 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения», утвержденного приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28.08.2013 № 582-ст). | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 01.06.2017 по делу № СИП-694/2016  Аналогичная правовая позиция изложена в постановлении президиума Суда по интеллектуальным правам от 31.03.2017 по делу № СИП-476/2016. |  | |
| 35 | «посредничество коммерческое [обслуживание]; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц» | 42 | «реализация товаров» | Неоднородны  Указанные услуги имеют различия в назначении, способах оказания и круге потребителей этих услуг, что свидетельствует об их неоднородности.  Коммерческое посредничество - особый вид профессиональной деятельности, который представляет собой содействие в осуществлении сделки между продавцом и покупателем за определенное вознаграждение. В рамках коммерческого посредничества посредник оказывает широкий спектр услуг (юридических и фактических), то есть посредник, действуя в чужом интересе, занимается поиском и предоставлением информации о потенциальных и приоритетных покупателях и продавцах, анализирует надежность продавца и платежеспособность покупателя, согласовывает содержание или отдельные условия будущих договоров, непосредственно производит приемку, хранение и обработку товаров, занимается их страхованием.  Следовательно, в отличие от услуги по реализации товаров, коммерческое посредничество имеет целью не реализацию (приобретение) товаров или услуг, а осуществление посреднических действий в интересах иного лица для достижения конечного результата, на которое нацелено лицо, в интересах которого действует посредник, поэтому услуга коммерческого посредничества отличается по целям и назначению от услуги по реализации товаров.  Различен и круг потребителей данных услуг (с одной стороны - лицо, имеющее намерения заключить сделку, в интересах которого действует коммерческий посредник; с другой стороны - неограниченный круг лиц, заинтересованных в приобретении конкретного товара (конечные потребители)).  Также различны и условия реализации вышеупомянутых услуг (коммерческое посредничество реализуется путем возмездного представления интересов лица, намеренного заключить определенную сделку; реализация товаров - путем возмездной передачи товаров в собственность потребителю). | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.04.2018  по делу № СИП-343/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 35 | «организация выставок для коммерческих и рекламных целей; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях» | 42 | «реализация товара» | Неоднородны  Сравниваемые услуги не являются однородными, поскольку относятся к различным видам услуг, имеют разное назначение, различный круг потребителей;  К обязанностям организатора ярмарки (выставки) для коммерческих и рекламных целей относятся: подготовка специализированного помещения; определение режима работы ярмарки (выставки), порядка их организации; определение состава участников, рабочих органов (дирекции, групп по маркетингу, учета договоров и пр.); предоставление мест для продавцов (демонстраторов); опубликование в средствах массовой информации и размещение на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети Интернет информации о ярмарке (выставке); оказание рекламных услуг; обеспечение необходимым оборудованием, инфраструктурой, охраной и другие. Следовательно, услуги по организации выставок и ярмарок для коммерческих и рекламных целей предназначены для обеспечения информационного, технического, консультационного, бытового и культурного обслуживания участников и иных мероприятий организационного характера.  К потребителям таких услуг относятся производители (продавцы) товаров, лица, оказывающие услуги (выполняющие работы), тогда как потребителями услуги по реализации товаров являются лица, непосредственно испытывающие потребность в тех или иных товарах (услуге, работе), то есть конечные потребители.  В то же время реализация товаров представляет собой деятельность, связанную с передачей на возмездной основе (в том числе обмен товарами, работами или услугами) права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, возмездное оказание услуг одним лицом другому лицу.  Услуги по организации выставок и ярмарок для коммерческих и рекламных целей предназначены для обеспечения информационного, технического, консультационного, бытового и культурного обслуживания участников и иных мероприятий организационного характера.  Поскольку реализация товаров представляет собой деятельность, связанную с передачей на возмездной основе (в том числе обмен товарами, работами или услугами) права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, возмездное оказание услуг одним лицом другому лицу, то названная услуга не может быть однородной услугам по организации выставок и ярмарок для коммерческих и рекламных целей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.04.2018  по делу № СИП-343/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 35 | «реклама; обновление рекламных материалов; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; реклама почтой; рассылка рекламных материалов; аренда площадей для размещения рекламы; реклама телевизионная; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги рекламные «оплата за клик»; публикация рекламных текстов; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; распространение рекламных материалов; реклама наружная; маркетинг; радиореклама; телемаркетинг» | 42 | «реализация товаров» | Неоднородны  Сравниваемые услуги не являются однородными поскольку, связанные с реализацией товаров, и услуги по рекламе имеют разные условия реализации, круг потребителей и являются услугами разного рода.  Указанные услуги [35-го класса](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C461B87DC3971A2EE916505B673D7FE4AF10C32F71D0966E2A48B82CDCAB0129F70A9EEA72B10EFCC61F7E8338a9mDI) МКТУ относятся к родовой группе «рекламные услуги, реклама», исходил из легального определения понятия реклама, содержащегося в [статье 3](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E2FEF1057503A3777BDA312C4202EC79127254ABC2ADDA80F76F21F8FB27FB415E3C50362813994aBm5I) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).  Так, согласно [пунктам 1](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E2FEF1057503A3777BDA312C4202EC79127254ABC2ADDA80D76F21F8FB27FB415E3C50362813994aBm5I) - [3 статьи 3](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E2FEF1057503A3777BDA312C4202EC79127254ABC2ADDA80376F21F8FB27FB415E3C50362813994aBm5I) Закона о рекламе:  реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;  объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;  товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.  При этом к «услугам рекламным» Общероссийский [классификатор](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E26EF1E51513A3777BDA312C4202EC783277D46BC2FC3AB0863A44ECAaEmFI) продукции по видам экономической деятельности (ОК 034-2014 (КПЕС 2008)), утвержденный приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 31.01.2014 № 14-ст, относит широкий спектр услуг [(код 73.1)](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E26EF1E51513A3777BDA312C4202EC79127254ABC2ED4AF0B76F21F8FB27FB415E3C50362813994aBm5I), включающий в том числе услуги по подготовке, созданию и размещению рекламы, такие как: выбор информационных средств для размещения рекламы, оформление рекламных объявлений, иллюстраций, плакатов и т.д., написание сценариев рекламных роликов, размещение в средствах массовой информации, подготовка рекламных образцов или фильмов (без их изготовления), организация рекламных кампаний прямого маркетинга или кампаний прямой почтовой рекламы, а равно услуги по прямому маркетингу и прямой почтовой рекламе (разработка и организация рекламных кампаний по прямому маркетингу, т.е. организация прямой рассылки рекламных и маркетинговых сообщений потребителям, а не по их передаче через средства массовой информации), услуги по разработке рекламного дизайна и концепции (разработка основной идеи для рекламного объявления, написание слов для рекламы, составление планов печатных рекламных объявлений, иллюстраций, плакатов, написание сценариев для рекламных фильмов) и другие.  В Общероссийском [классификаторе](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E26EF1E51513A3777BDA312C4202EC783277D46BC2FC3AB0863A44ECAaEmFI) видов экономической деятельности (ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2)), утвержденном приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 31.01.2014 № 14-ст, отмечено, что деятельность рекламных агентств [(код 73.11)](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E26EF1E51513A3777BDA312C4202EC79127254ABC2ED4AF0976F21F8FB27FB415E3C50362813994aBm5I) включает предоставление всех видов услуг в области рекламы (через заключение субподрядного договора), включая консультирование, творческое обслуживание, изготовление рекламных материалов и закупки (в том числе подготовку и проведение рекламных кампаний: подготовку и размещение рекламных материалов в газетах, периодических изданиях, на радио, телевидении, в информационно-коммуникационной сети Интернет и прочих средствах массовой информации, подготовку и размещение рекламы, например, на афишных тумбах, рекламных щитах, стендах для афиш и объявлений, в витринах, в демонстрационных залах, размещение рекламы на автомобилях и автобусах и т.п., воздушную рекламу, распространение или доставку рекламных материалов или пробных образцов, подготовку стендов и прочих демонстрационных материалов и сайтов; проведение маркетинговых исследований и прочие услуги в сфере рекламы, нацеленные на привлечение и удержание клиентов, промо-акции продукции, маркетинговые исследования пунктов продаж, адресную рассылку рекламных материалов, консультирование в области маркетинга).  В то же время реализацией товаров, работ или услуг организацией или индивидуальным предпринимателем признается соответственно передача на возмездной основе (в том числе обмен товарами, работами или услугами) права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, возмездное оказание услуг одним лицом другому лицу, а в случаях, предусмотренных Налоговым [кодексом](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E2CEB1454563A3777BDA312C4202EC783277D46BC2FC3AB0863A44ECAaEmFI) Российской Федерации, передача права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, оказание услуг одним лицом другому лицу - на безвозмездной основе ([статья 39](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E2CEB1454563A3777BDA312C4202EC79127254ABC2ADEAF0876F21F8FB27FB415E3C50362813994aBm5I) Налогового кодекса Российской Федерации).  В соответствии с [пунктом 3.1](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C27BA27DC3971428E21558066D3526E8AD17CC7066D7DF62284BBC28DBA15E2CE21BC6E777AA11FFDA037C82a3m1I) ГОСТ Р 51304-2009 «Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги торговли. Общие требования», утвержденного приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15.12.2009 № 769-ст, услугой торговли является результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.  Рекламные услуги оказываются рекламными агентствами другим лицам - различным производителям товаров и услуг. Потребителями рекламы являются теле-, радио- и интернет-аудитория, участники выставок.  В то же время услугой «реализация товаров» с учетом [статьи 2](consultantplus://offline/ref=2A82FC0D0D7DB554E561C16EBB7DC3971E2EEA1654523A3777BDA312C4202EC79127254ABC2ADDA80976F21F8FB27FB415E3C50362813994aBm5I) Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» охватывается деятельность, связанная с продажей покупателям товаров любых производителей, вида и ассортимента, включая выкладку, демонстрацию товаров, обслуживание покупателей. Лицами, оказывающими данную услугу, являются торговые предприятия (магазины), в определенных случаях имеющие специальное разрешение (лицензию) на торговую деятельность в целом или продажу отдельных видов товаров. Потребителями данного вида услуги являются все покупатели, заходящие в магазин для покупок. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.04.2018 по делу № СИП-343/2017 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «услуги, связанные с реализацией сервиса лояльности и стимулирования сбыта при продвижении товаров и услуг (маркетинговые услуги), а также услуги управления (помощи в управлении) промышленными, коммерческими предприятиями, операциями, финансовые услуги, связанные с денежными расчетами, в том числе с использованием платежных (банковских) карт» | 35, 36, 42 | 35 класс: «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; актуализация рекламных материалов; изучение рынка; информация о деловой активности; исследования в области бизнеса; консультативные службы по организации дел; консультативные службы по организации и управлению бизнесом; консультативные службы по управлению делами; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; маркетинговые исследования; оценка деловых операций; помощь по управлению бизнесом; помощь по управлению коммерческими или промышленными операциями; прогнозирование экономическое; публикация рекламных текстов; распространение рекламных объявлений; справки о деловых операциях; стимулирование сбыта (для третьих лиц); экспертиза деловых операций»,  36 класс:  «банковские услуги, в том числе услуги сберегательных банков; выпуск кредитных карточек; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; финансовые оценки [банковских операций]; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; предоставление ссуд; предоставление ссуд под залог; предоставление ипотечных ссуд; предоставление ссуд с погашением в рассрочку; факторные операции; финансовая деятельность; финансирование; консультации по вопросам финансов; агентства по инкассации долгов; агентства по обеспечению поручительств, гарантий; информация по вопросам финансов; оценки финансовые»,  42 класс: «прокат программных продуктов; профессиональные консультации [не связанные с деловыми операциями]» | Однородны  Однородность услуг обусловлена тем, что они имеют одну родовую принадлежность, сходное функциональное назначение, единые условия их оказания и круг потребителей;  Указанные обстоятельства свидетельствуют о принципиальной возможности возникновения у потребителя ложного представления о лице, непосредственно оказывающем услуги конечному потребителю | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.05.2017 по делу № СИП-204/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
|  | «менеджмент в сфере бизнеса, услуги по стимулированию сбыта (для третьих лиц), предоставление программного продукта по лицензии, финансовая деятельность, в частности, при использовании системы мобильных платежей для банковских карт» | 35,  36 | 35 класс: «изучение рынка; исследования, экспертиза, оценки, справки и профессиональные консультации в области деловых операций; агентства по импорту-экспорту, по коммерческой информации, стимулирование сбыта при продвижении товара на рынках; помощь в управлении промышленными или коммерческими операциями»;  36 класс: «налоговая экспертиза, предоставление ссуд, факторные операции, агентства по инкассации долгов, по обеспечению поручительств и гарантий, оформление попечительства и опекунства, финансирование, управление финансовой деятельностью, финансовый анализ, операции и оценки, информация и консультации в области финансов, предоставление ссуд под залог, ссуды с погашением в рассрочку, выпуск ценных бумаг». | Однородны  Однородность услуг обусловлена тем, что они имеют одну родовую принадлежность, сходное функциональное назначение, единые условия их оказания и круг потребителей;  Услуги «стимулирование сбыта при продвижении товара на рынках, помощь в управлении промышленными или коммерческими операциями», «банковские операции; услуги, связанные с денежными операциями; управление финансовой деятельностью; финансовый анализ; операции и оценки; информация и консультации в области финансов; услуги по кредитным карточкам» могут осуществляться с помощью мобильных устройств. Указанные услуги предназначены для широкого круга потребителей, не являющихся специалистами в области банковской деятельности. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.03.2017  по делу № СИП-194/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 35 | «агентства по импорту-экспорту; изучение рынка; информация деловая; исследования в области бизнеса; исследования в области маркетинга; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; оценка коммерческой деятельности; поиск информации в компьютерных файлах (для третьих лиц); поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; управление гостиничными делами; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов на покупки; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами); услуги субподрядчика (управление коммерческое); экспертиза деловая» | 35 | «менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса» | Однородны  Однородность сравниваемых услуг обусловлена тем, что они относятся к управлению в сфере бизнеса, а также связаны с администрированием бизнеса, основной целью сравниваемых услуг является помощь в эксплуатации или управлении коммерческого предприятия, или в управлении делами в коммерческой деятельности. | Постановление президиума  Суда по интеллектуальным правам от 16.07.2014 по делу № СИП-77/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и в кассационном порядке не оспаривался | |
| 35 | «продвижение товаров для третьих лиц, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], организация подписки на газеты для третьих лиц» | 35 | «продвижение газет для третьих лиц, организация подписки на газеты [для третьих лиц], услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей газетами]» | Однородны  Сравниваемые услуги 35-го «продвижение товаров для третьих лиц, услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами), организация подписки на газеты для третьих лиц» класса МКТУ однородны, а в части тождественны услугам 35-го «продвижение газет для третьих лиц, организация подписки на газеты (для третьих лиц), услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей газетами)» класса МКТУ, поскольку являются для последних родовой группой услуг, что ведет к совпадению круга их потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 25.05.2015 по делу № СИП-677/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 35 | «магазины розничной продажи алкогольной продукции» | 32, 33 | 32 класс: «пиво»; 33 класс: «алкогольные напитки за исключением пива» | Однородны  Товары «алкогольная продукция» и услуги «магазины по реализации алкогольной продукции» могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения  Вместе с тем необходимо отметить, что условия реализации товаров, отнесенных к 33 классу МКТУ, отличаются.  Согласно [пункту 1 статьи 16](consultantplus://offline/ref=B53B5C4835FD56C51A633120F1AF30F2DE8E457F7CA11F661E2A5ACC1465A352D3F76136CC20A670186165DA74B05774AB88371F05bB0FK) Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее - Закон об обороте этилового спирта) розничная продажа алкогольной продукции (за исключением пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи) осуществляется организациями.  В то же время, розничная продажа относящегося к 32 классу МКТУ пива и однородных ему товаров - пивных напитков (алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, не более 7 процентов объема готовой продукции, которая произведена из пива (не менее 40 процентов объема готовой продукции) и (или) приготовленного из пивоваренного солода пивного сусла (не менее 40 процентов массы сырья), воды с добавлением или без добавления зернопродуктов, сахаросодержащих продуктов, хмеля и (или) хмелепродуктов, плодового и иного растительного сырья, продуктов их переработки, ароматических и вкусовых добавок, без добавления этилового спирта), а равно относящихся к 33 классу МКТУ сидра (алкогольная продукция с содержанием этилового спирта не более 6 процентов объема готовой продукции, произведенная в результате брожения яблочного сусла и (или) восстановленного яблочного сока без добавления этилового спирта с насыщением или без насыщения двуокисью углерода), пуаре (алкогольная продукция с содержанием этилового спирта не более 6 процентов объема готовой продукции, произведенная в результате брожения грушевого сусла и (или) восстановленного грушевого сока без добавления этилового спирта с насыщением или без насыщения двуокисью углерода), медовухи (медовый напиток - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта от 1,5 процента до 6 процентов объема готовой продукции, произведенная в результате брожения медового сусла, содержащего не менее 8 процентов меда, с использованием или без использования меда для подслащивания и иных продуктов пчеловодства, растительного сырья, с добавлением или без добавления сахаросодержащих продуктов, без добавления этилового спирта) может осуществляться организациями и индивидуальными предпринимателями.  В целом товары и услуги существуют не сами по себе, а предназначены для определенного вида деятельности. Конкретные услуги «магазины розничной продажи алкогольной продукции» предназначены для реализации конкретного товара – алкогольной продукции. При изложенной ситуации товары «пиво, алкогольные напитки за исключением пива» и услуги «магазины по реализации алкогольной продукции» признаны судом однородными. | Постановление   президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.04.2014 по делу № СИП-311/2013 | Постановлением президиума изменено решение суда первой инстанции в части выводов об неоднородности товаров и услуг | |
| 35 | «магазины розничной продажи алкогольной продукции» | 42 | «реализация товаров» | Однородны  Сравниваемые услуги следует признать однородными, поскольку относятся к одному роду - реализация продукции. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.03.2014 по делу № СИП-38/2013 |  | |
| 35 | «услуги по оптовой, розничной продаже товаров; услуги магазинов по оптовой, розничной продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправлений; услуги розничной продажи товаров с использованием Интернет-сайтов; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; агентства по коммерческой информации; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; маркетинг, телемаркетинг» | 35 | «демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; продажа аукционная; реклама» | Однородны  Однородность указанных услуг обусловлена тем, что они направлены на продвижение и реализацию товаров третьих лиц, исходя из рода (вида) услуг, их потребительских свойств и функционального назначения (объем и цель применения). Взаимодополняемость и взаимозаменяемость сравниваемых услуг, условия их оказания, круг потребителей, преимущественный уклад оказания этих услуг, сходные характеристики и состав из схожих компонентов (демонстрация, продажа, продвижение, реклама товаров) позволяют сделать вывод, что эти услуги выполняют одни и те же функции - продвижение, реализацию и рекламу различных товаров, перечень которых не ограничен. Более того, по причине природы и назначения этих услуг они могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения.  «Услуги по оптовой, розничной продаже товаров; услуги магазинов по оптовой, розничной продаже товаров; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправлений; услуги розничной продажи товаров с использованием Интернет-сайтов; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи» - это категория услуг в 35-ом классе МКТУ, которая описывает продвижение товаров, они направлены на продвижение товаров третьих лиц.  Услуги «агентства по коммерческой информации; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; маркетинг, телемаркетинг» - это оказание услуг по изучению рынка сбыта, систем ценообразования, прогнозирование предпочтения клиентов, то есть услуги по оказанию в содействии и развитии бизнеса.  35-й класс МКТУ включает, в основном, услуги, оказываемые лицами или организациями, основной целью которых является: помощь в эксплуатации или управлении коммерческого предприятия, или помощь в управлении делами или в коммерческой деятельности промышленного или торгового предприятия, а также услуги, оказываемые рекламными учреждениями, обеспечивающими, главным образом, связь с потребителями и оповещение или объявление с помощью любых средств информации о всевозможных товарах и видах услуг.  Услуга «демонстрация товаров» однородна услугам, связанным с реализацией товаров, поскольку они имеют сходную направленность «предложение продукции покупателям» и цель «доведение товара до потребителя», услуги розничной торговли традиционно сопряжены с демонстрацией товаров;  под демонстрацией товаров понимается торгово-технологический процесс, при котором покупателю предоставляется доступ к товару для доведения наглядным способом информации о его потребительских свойствах различными способами, включая визуальное ознакомление с товаром или возможность тактильной оценки товара, или одорологическая оценка товара, или вкусовая оценка товара (дегустация), или демонстрация работ, или испытание товара в действии (пункт 124а ГОСТ Р 51303-2013 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения», утвержденного приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28.08.2013 № 582-ст).  Являются однородными исходя из вышеизложенных критериев и услуги 35-го класса МКТУ «организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях» услугами «агентства по коммерческой информации; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; маркетинг, телемаркетинг», поскольку направлены на организацию и развитие бизнеса.  Так выставки позволяют широкой общественности узнать о предприятии, являются удобным местом для изучения спроса на товары или услуги предприятия, определения рынка сбыта, привлечения новых партнеров к взаимовыгодному сотрудничеству, дают возможность ознакомиться с деятельностью конкурентов.  Взаимодополняемость и взаимозаменяемость сравниваемых услуг, условия их оказания, круг потребителей, преимущественный уклад оказания этих услуг, сходные характеристики и состав из схожих компонентов (демонстрация, продажа, продвижение товаров, организация бизнеса) позволяют сделать вывод, что эти услуги выполняют одни и те же функции - продвижение, реализацию различных товаров, перечень которых не ограничен, оказание помощи в организации и развитии бизнеса; более того, по причине природы и назначения этих услуг они могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 01.06.2017 по делу № СИП-694/2016. Аналогичная позиция изложена судом в Постановлении президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.07.2018  по делу № СИП-694/2016, постановлении президиума Суда по интеллектуальным правам от 31.03.2017 по делу № СИП-476/2016. | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП. При этом президиум отметил, что суд первой инстанции не делал вывод об однородности услуг, связанных с реализацией товаров, и непосредственно услуг по рекламе. | |
| 35 | «демонстрация товаров; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям; представление товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; продвижение товаров [для третьих лиц]; распространение образцов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети, в том числе в Интернете в качестве доменного имени» |  | «услуги по рекламе» | Однородны  Вывод об однородности указанных услуг сделан судом с учетом положений [пунктов 3.1.2](consultantplus://offline/ref=FC7EB243FD676C2B39255F9A0F98139D469E6361F02122AF5ABB53F55D6A02E3A57E0176D81A7CDEAF92D9FDE44787EB225E171A459A622CQ7ABJ), [3.1.4](consultantplus://offline/ref=FC7EB243FD676C2B39255F9A0F98139D469E6361F02122AF5ABB53F55D6A02E3A57E0176D81A7CDFAE92D9FDE44787EB225E171A459A622CQ7ABJ), [3.1.5](consultantplus://offline/ref=FC7EB243FD676C2B39255F9A0F98139D469E6361F02122AF5ABB53F55D6A02E3A57E0176D81A7CDFAC92D9FDE44787EB225E171A459A622CQ7ABJ), [3.1.6](consultantplus://offline/ref=FC7EB243FD676C2B39255F9A0F98139D469E6361F02122AF5ABB53F55D6A02E3A57E0176D81A7CDFAB92D9FDE44787EB225E171A459A622CQ7ABJ) Методических рекомендаций по определению однородности товаров и услуг при экспертизе заявок на государственную регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, утвержденных приказом Роспатента от 31.12.2009 № 198. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 06.02.2017 по делу № СИП-418/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 35 | «демонстрация товаров; оформление витрин; продажа аукционная; распространение образцов» |  | «розничная продажа продовольственных товаров в стационарной торговой точке» | Однородны  Указанные услуги однородны, поскольку имеют сходную направленность «предложение продукции покупателям» и цель «доведение товара до потребителя», при этом услуги розничной торговли традиционно сопряжены с демонстрацией товаров, оформлением витрин и распространением образцов. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 31.03.2017 по делу № СИП-476/2016 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 35 | «сбыт товара через посредников» |  | «розничная реализация товаров» | Однородны  Суд пришел к выводу об однородности указанных услуг ввиду общего назначения (реализация товаров потребителю) и области осуществления (торговля, торговая деятельность). При этом сбыт товара через посредников является частным случаем осуществления торговли товарами.  Под реализацией товаров признается передача на возмездной основе права собственности на товары любых производителей, вида и ассортимента одним лицом для другого лица. В таком случае торговое предприятие, осуществляющее реализацию товаров, производителем которого оно не является, по сути, среди прочих осуществляет функцию по содействию продажи таких товаров.  Таким образом, оказывая услуги магазина (розничная реализация товаров), подразумевающие передачу продавцом (торговым предприятием) товаров на возмездной основе покупателям, осуществляет деятельность, однородную, по сути, услугам 35-го класса МКТУ «сбыт товара через посредников», которые, в свою очередь, подразумевают осуществление деятельности по содействию в сбыте товаров, связывая желающие заключить сделку стороны. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2017 по делу № СИП-44/2017 |  | |
| 35 | «организация торгово-закупочной деятельности» |  | «деятельность торгового центра» | Однородны  Деятельность торгового центра включает в себя не только сдачу в аренду недвижимого имущества, но и деятельность по повышению привлекательности торгового центра в глазах потребителей, поскольку позиционирование и продвижение торгового центра включает: брендинг, рекламу, PR-продвижение (рекламные и информационные мероприятия), мероприятия по стимулированию продаж, мониторинг предпочтений клиентов, разработку и внедрение дополнительных услуг, работу с арендаторами и инвесторами. При этом деятельность торгового центра включает различные мероприятия по оптимизации его работы, управлению арендной площадью, мониторингу поведения покупателей, рекламных мероприятий, организации маркетинга, то есть услуг по продвижению товаров для третьих лиц, связанных со сбором различных товаров для третьих лиц, размещение этих товаров для удобства их изучения и приобретения конечными потребителями, то есть услуг как однородных, так и тождественных услуге по организации торгово-закупочной деятельности.  В соответствии с пунктом 4 статьи 2 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее - Закон о торговой деятельности) торговый объект - здание или часть здания, строение или часть строения, сооружение или часть сооружения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров.  Из приведенной нормы следует, что торговый объект представляет собой здание (строение, сооружение), имеющее специальное оборудование для обеспечения ведения торговой деятельности.  При этом предоставление собственником торгового объекта (торгового центра), оборудованного необходимым образом для осуществления торговой деятельности, в аренду иным лицам торговых площадей в таком торговом объекте (центре) имеет целью создание объективной возможности этим лицам осуществлять деятельность по реализации конечному потребителю своего товара.  Следовательно, арендодатель торговой площади создает условия, при которых арендатор сможет эффективно использовать предоставленное ему помещение для целей осуществления своей торговой деятельности, в том числе по выкладке, демонстрации товаров, обслуживанию покупателей и проведению денежных расчетов с покупателями при продаже товаров.  Таким образом, предоставляя в аренду помещения для розничной торговли, создает условия для осуществления торговой деятельности, в том числе деятельности по выкладке, демонстрации товаров, обслуживанию покупателей и проведению денежных расчетов, тем самым осуществляет деятельность, связанную с торговлей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 15.01.2018 по делу № СИП-130/2017 |  | |
| 35 | «организация торгово-закупочной деятельности» |  | «реализация товаров в торговых объектах» | Фактически идентичны  В пункте 4 информационного письма Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 23.12.2011 № 2 «О формулировках терминов, идентифицирующих услуги, относящиеся к торговой деятельности, при включении их в перечень услуг 35 класса МКТУ» отмечено, что перечень товаров и услуг, содержащихся в МКТУ, не является исчерпывающим. При составлении перечня товаров и (или) услуг, в отношении которых испрашивается государственная регистрация товарного знака (знака обслуживания), заявитель вправе указать товар и (или) услугу, отсутствующие в МКТУ, обозначив их точными конкретными формулировками с учетом привязки к классам МКТУ, позволяющими этот товар и (или) услугу идентифицировать.  При этом для обозначения услуг по продаже товаров могут быть использованы термины: «услуги по розничной, оптовой продаже товаров», «услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров», «услуги по развозной продаже товаров», «услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправлений», «услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов или интернет-сайтов». Все перечисленные выше формулировки услуг могут быть отнесены к 35-му классу МКТУ. Для обозначения услуг, в той или иной степени связанных с торговой деятельностью, могут быть использованы иные термины, содержащиеся в 35-м классе МКТУ.  В соответствии с пунктом 3.1 ГОСТ Р 51304-2009 «Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги торговли. Общие требования», утвержденного приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15.12.2009 № 769-ст, услугой торговли является результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.  В силу пункта 1 статьи 2 Закона о торговой деятельности торговая деятельность является видом предпринимательской деятельности, связанной с приобретением и продажей товаров.  Под услугами, относящимися к торговой деятельности, безусловно не понимаются сами по себе сделки купли-продажи товаров.  Вместе с тем к числу таких услуг могут относиться услуги, оказываемые в торговых объектах (пункт 4 статьи 2 Закона о торговой деятельности).  При этом соответствующие услуги выражаются в том числе в выкладке, демонстрации товаров, обслуживании покупателей.  В пункте 2 постановления Верховного Совета СССР от 17.10.1989 «Об упорядочении торгово-закупочной деятельности кооперативов и регулировании цен на товары (услуги), реализуемые кооперативами населению и организациям» приведено такое определение торгово-закупочной деятельности: это деятельность, связанная со скупкой в розничной и оптовой сети торговли промышленных и продовольственных товаров и их перепродажей.  Таким образом, из числа услуг, относящихся к торговой деятельности, под услугой 35-го класса МКТУ «организация торгово-закупочной деятельности» могут пониматься в том числе действия по приобретению товаров, которые производятся иными лицами, для дальнейшей их реализации путем непосредственной продажи таких товаров конечным потребителям в торговых объектах (сопровождаемые выкладкой, демонстрацией товаров, обслуживанием покупателей). | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 15.01.2018 по делу № СИП-130/2017 | Указанный вывод сделан относительно использования правообладателем товарного знака в соответствии со статьей 1486 ГК РФ | |
|  | «услуги по продвижению товаров третьих лиц» | 35 | «агентства рекламные, аренда площадей для размещения рекламы, демонстрация товаров, изучение рынка, исследования в области маркетинга, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, оформление витрин, продвижение товаров [для третьих лиц], публикация рекламных текстов, распространение рекламных материалов, реклама» | Однородны  Сравниваемые услуги однородны, т.к. относятся к одному и тому же виду услуг и имеют своей целью повышение спроса на товары, увеличение сбыта, расширение рыночного поля товаров. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.11.2014 по делу № СИП-476/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 35 | «информация коммерческая, консультативные службы по организации и управлению делами, сбыт товара через посредников, изучение рынка» |  | «услуги, оказываемые посредством интернет-сайта, для организации деловых и туристических поездок, включая предоставление информации об отелях и других средствах размещения, их стоимости и порядке резервирования, сервисные услуги по бронированию и оплате отелей и покупке авиабилетов, в том числе через посредников, размещаются отзывы и рекомендации пользователей, включая предоставление информации о способах снижения стоимости поездок, а также сервисная и консультационная поддержка пользователей» | Однородны  При установлении однородности указанных услуг суд помимо критериев однородности учел специфику деятельности онлайн-сервисов по бронированию гостиниц, авиабилетов и пр., носящих многоаспектный характер, включающий как услуги непосредственно по бронированию, так и информационные услуги, обобщение сведений, исходящих от отельеров и их клиентов, сбыт услуг через посредников, в том числе услуг предоставления временного проживания, пассажирских перевозок и сопутствующих им, что в совокупности составляет туристический продукт, его часть. При этом соответствующие услуги такими онлайн-сервисами оказываются одновременно как отелям (их владельцам) и транспортным компаниям (авиакомпаниям), так и их клиентам - туристам и командировочным (постояльцам), пассажирам, туристическим компаниям и пр. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.06.2018 по делу № СИП-714/2017 |  | |
| 36 | «агентства по операциям с недвижимым имуществом; аренда недвижимого имущества; посредничество при операциях с недвижимостью; управление недвижимостью» | 35 | «реклама, а именно реклама интерактивная в компьютерной сети; демонстрация товаров; распространение образцов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих целях; продажа аукционная; услуги по сбору и группированию (за исключением транспортировки) в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителями» | Неоднородны  Указанные услуги неоднородны ввиду их разных родовых и видовых понятий, различного круга потребителей и различного назначения. Услуги по аренде недвижимости не могут быть признаны однородными услугам по организации демонстрации товаров, организации выставок, ярмарок, поскольку услуги, связанные с арендой недвижимого имущества, относятся к иному виду деятельности, нежели проведение выставок и ярмарок, существенно отличаются от них по содержанию, что обусловливает отсутствие возможности возникновения у потребителей представления об оказании услуг одним лицом. Предоставление недвижимости в аренду может иметь совершенно различные цели, что не свидетельствует об однородности услуги по аренде недвижимости любой другой услуге, для оказания которой возможна аренда недвижимости. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.04.2017 по делу № СИП-588/2016 |  | |
| 36 | «сберегательные банки; банковские операции, в том числе выпуск кредитных (банковских) карточек, обслуживание по кредитным (банковским), дебетовым карточкам; биржевые операции с ценными бумагами; клиринг; кредитные агентства; кредит; операции по обмену денег; выпуск и выдача аккредитивов, дорожных чеков; ипотечный кредит; обслуживание по кредитным (банковским), дебетовым карточкам; кредитование покупок в рассрочку» |  | «услуги, связанные с реализацией сервиса лояльности потребителей и стимулирования сбыта при продвижении товаров и услуги управления (помощи в управлении) промышленными, коммерческими предприятиями, операциями, финансовые услуги, связанные с денежными расчетами» | Неоднородны  Отсутствие однородности сравниваемых услуг обусловлено маловероятностью возникновения у потребителей ложного представления о лице оказывающем соответствующие услуги, а также в силу специфичности таких услуг, в том числе обусловленной необходимостью получения соответствующих разрешений на ее осуществление (лицензий), которыми истец не располагает.  Так, банковская, клиринговая деятельность и профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг подлежат лицензированию (статья 49 ГК РФ, статья 9 Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности», статья 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности», статья 26 Федерального закона от 07.02.2011 № 7-ФЗ «О клиринге, клиринговой деятельности и центральном контрагенте», статья 39 Федерального закона от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»).  При этом судом принято во внимание, что потребителями услуг, связанных с реализацией сервиса лояльности потребителей и стимулирования сбыта при продвижении товаров и услуг управления (помощи в управлении) промышленными, коммерческими предприятиями, операциями, финансовых услуг, связанных с денежными расчетами являются коммерческие предприятия торговли и общественного питания - профессиональные участники соответствующего рынка. | Постановления президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.08.2017 по делу № СИП-233/2016, от 04.08.2017 по делу № СИП-234/2016 |  | |
| 36 | «услуги, связанные с денежными операциями» |  | «услуги, связанные с реализацией сервиса лояльности потребителей и стимулирования сбыта при продвижении товаров и услуги управления (помощи в управлении) промышленными, коммерческими предприятиями, операциями, финансовые услуги, связанные с денежными расчетами» | Однородны  Однородность указанных услуг обусловлена возможностью возникновения у потребителей ложного представления о лице оказывающем соответствующие услуги, возможностью смешения в сознании потребителей представления об услугодателях. | Постановления президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.08.2017 по делу № СИП-233/2016, от 04.08.2017 по делу № СИП-234/2016 |  | |
| 36 | «агентства по операциям с недвижимым имуществом; аренда квартир; аренда недвижимого имущества; аренда офисов (недвижимое имущество); аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; бюро квартирные (недвижимость); инвестирование; оценка недвижимого имущества; оценки финансовые стоимости ремонта; посредничество при операциях с недвижимостью; управление жилым фондом; управление недвижимостью» | 37 | «строительство; ремонт; установка оборудования» | Неоднородны  Согласно Общей части МКТУ (10 редакция) услуги [36-го класса](consultantplus://offline/ref=8B047DCCA37C1AECE60542BB4699075188DDAEA7D0406F2297867BC8D439B21532A889722F030C46BB581F60E69D5FC2CA38B90C56DBF6N9L7L) МКТУ включают в себя операции с недвижимостью, а именно услуги администраторов по недвижимому имуществу по сдаче в наем, оценке недвижимого имущества или финансированию.  При этом услуги [37-го класса](consultantplus://offline/ref=8B047DCCA37C1AECE60542BB4699075188DDAEA7D0406F2297867BC8D439B21532A889722F0F0644BB581F60E69D5FC2CA38B90C56DBF6N9L7L) МКТУ включают, в основном, услуги, оказываемые подрядчиками или субподрядчиками по строительству или изготовлению капитальных зданий, а также услуги частных лиц или организаций по восстановлению объектов в их первоначальном виде или их сохранению без изменения их физических или химических характеристик.  Таким образом, единственным, что объединяет данные услуги, является их связь с недвижимостью.  Однако деятельность по оказанию сравниваемых услуг [36-го](consultantplus://offline/ref=8B047DCCA37C1AECE60542BB4699075188DDAEA7D0406F2297867BC8D439B21532A889722F030C46BB581F60E69D5FC2CA38B90C56DBF6N9L7L) и [37-го классов](consultantplus://offline/ref=8B047DCCA37C1AECE60542BB4699075188DDAEA7D0406F2297867BC8D439B21532A889722F0F0644BB581F60E69D5FC2CA38B90C56DBF6N9L7L) МКТУ имеет различные цели, осуществляется на разных этапах жизненного цикла зданий и иных объектов недвижимого имущества, а также, как правило, оказывается различными хозяйственными субъектами.  Учитывая изложенное, сравниваемые услуги не могут быть отнесены к одному источнику происхождения, поскольку относятся к услугам разного рода, имеют различный круг потребителей, не являются взаимодополняемыми. | Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 13.10.2016 по делу № СИП-114/2016 |  | |
| 39 | «аренда гаражей; аренда крытых стоянок для транспортных средств; аренда мест для стоянки автомобилей; услуги автостоянок» | 43 | «аренда временного жилья, аренда помещений для проведения встреч» | Однородны  Названные услуги связаны с арендой, то есть предоставлением имущества за плату во временное владение и пользование или во временное пользование (статья 606 ГК РФ), следовательно относятся к одному виду услуг - аренде, в связи с чем являются однородными. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.04.2015 по делу № СИП-838/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 39 | «аренда гаражей; аренда крытых стоянок для транспортных средств; аренда мест для стоянки автомобилей; услуги автостоянок» | 12  39 | Класс: «транспортные средства»;  39 класс: «транспортировка» | Однородны  Транспортировка - процесс перемещения груза/объекта в место назначения, посредством тех или иных транспортных средств (ru.wikipedia.org). Учитывая факт регистрации товарного знаканого в отношении транспортных средств и услуг по транспортировке, их правообладатель располагает транспортными средствами, с помощью которых производит транспортировку грузов, и соответственно местами для их стоянки, а также может сдавать такие места в аренду. В связи с изложенным указанные услуги 39-го класса МКТУ являются однородными. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.04.2015 по делу № СИП-838/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 39 | «аренда гаражей; аренда крытых стоянок для транспортных средств; аренда мест для стоянки автомобилей; услуги автостоянок» | 12 |  | Однородны  Транспортировка - процесс перемещения груза/объекта в место назначения, посредством тех или иных транспортных средств (ru.wikipedia.org). Учитывая, что противопоставленные товарные знаки зарегистрированы в отношении транспортных средств и услуг по транспортировке, их правообладатель располагает транспортными средствами, с помощью которых производит транспортировку грузов, и соответственно местами для их стоянки, а также может сдавать такие места в аренду. В связи с изложенным указанные услуги 39-го класса МКТУ являются однородными. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.04.2015 по делу № СИП-838/2014 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП | |
| 40 | «выжимание сока из плодов; консервирование пищевых продуктов и напитков; обработка воды» | 32 | «сок томатный; сок яблочный; соки овощные; соки фруктовые» | Однородны  Данные услуги и товары судом признаны однородными, поскольку они относятся к одному виду деятельности (изготовление сока), к одной и той же родовой группе - а именно: напитки, соки, консервация на основе фруктов и овощей, имеют одинаковые условия производства, хранения и сбыта, являются товарами широкого потребления, совместно выставляются на витринах магазинов, имеют один круг потребителей и могут быть отнесены потребителем к одному источнику происхождения. | Постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 13.02.2015 по делу № СИП-631/2014 |  | |
| 41 | «услуги артистов; услуги оркестров; услуги ансамблей» | 41 | «организация культурно-просветительских мероприятий»,  «клубы культурно-просветительные; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий» | Однородны  Сравниваемые услуги однородны, поскольку тесно связаны друг с другом: культурно-просветительные мероприятия зачастую предполагают услуги артистов, ансамблей и оркестров,  Кроме того сравниваемые услуги предназначены для широкого круга потребителей, относятся к тем же самым видам услуг (досуг, отдых, развлечения, зрелищные мероприятия и их организация и обеспечение), имеют те же условия оказания (развлекательные и зрелищные учреждения) и круг потребителей (лица, желающие получить культурную программу) | Постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.07.2018  по делу № СИП-584/2017 |  | |
| 41 | «перевод с языка жестов» | 45 | «персональные и социальные услуги, оказываемые другими для удовлетворения потребностей индивидуальных лиц» | Однородны  Данные услуги признаны судом однородными, поскольку услуга «перевод с языка жестов» может быть отнесена к социальным услугам. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.04.2015 по делу № СИП-838/2014 |  | |
|  | «услуги по обеспечению временного проживания, аренде временного жилья, услуги гостиниц, мотелей, а также услуги по бронированию мест временного проживания» | 43 | «обеспечение временного проживания; агентства по обеспечению мест (гостиницы, пансионы); аренда временного жилья; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; мотели» | Однородность сравниваемых услуг обусловлена в силу совпадения их потребительских свойств, функционального назначения и круга потребителей. |  |  | |
| 41 | «обучающие семинары, оказание услуг по воспитанию, обучению практическим навыкам, услуги по медицинскому и косметическому уходу | 42 | «воспитание, обеспечение учебного процесса» | Однородны  Сравниваемые услуги являются однородными, поскольку являются услугами одного рода и вида, имеют одно назначение, один круг потребителей, один рынок сбыта, являются взаимодополняемыми. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.03.2016 по делу № СИП-57/2015  Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 01.04.2016 по делу № СИП-231/2015 |  | |
| 41 | «издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; обеспечение интерактивными электронными публикациями, незагружаемыми; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных» | 41 | «издательские услуги; услуги электронной публикации» | Однородны  Сравниваемые услуги однородны, поскольку относятся к одному роду, имеют единое назначение, один круг потребителей и одинаковые условия оказания. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.02.2016 по делу № СИП-387/2015 |  | |
| 41 | «прокат оборудования стадионов» | 41 | «аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; организация спортивных состязаний; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; программирование спортивных состязаний; прокат оборудования стадионов; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств» | Однородны  Сравниваемые услуги относятся к одному роду, имеют одно назначение, являются взаимодополняемыми или сопутствующими, имеют один круг потребителей, оказываются во многих случаях одними и теми же лицами | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.02.2016 по делу № СИП-387/2015 |  | |
| 42 | «деятельность по реализации безалкогольных напитков и пивной продукции» | 32, 35,  39,  42 | 32 класс: «минеральные и газированные воды и прочие безалкогольные напитки; фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков);  35 класс: «сбыт товара через посредников; реклама»;  39 класс: «розлив пива»;  42 класс: «кафе, бары, реализация товаров» | Однородны  В их совокупности товары и услуги относятся к одному роду – реализация продуктов питания и напитков. Одинаковыми являются потребительские свойства указанных услуг, их функциональное назначение, условия реализации, круг потребителей, что в совокупности свидетельствует об их однородности. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 01.04.2014 по делу № СИП-178/2013 |  | |
| 42 | «реализация товаров» | 35 | «реклама; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» | Однородны  Сравниваемые услуги однородны, поскольку относятся к одному роду и виду, имеют одно функциональное назначение, один круг потребителей, один рынок сбыта, являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми, в связи с чем они могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.03.2017 по делу № СИП-445/2016 |  | |
| 42 | «реализация товаров народного потребления; консультации по вопросам строительства и архитектуры; проектно-конструкторские разработки; разработка строительных проектов» | 37 | «консультации по вопросам строительства» | Однородны  Сравниваемые услуги однородны, поскольку являются услугами одного вида и оказываются в одной области деятельности, связанной со строительством, ремонтом | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 08.06.2016 по делу № СИП-497/2015 | Указанный вывод об однородности был сделан судом первой инстанции и поддержан президиумом СИП  Суд  учитывал высокую степень сходства сравниваемых обозначений, влияющую на вывод о расширении перечня товаров (услуг), которые могут быть признаны однородными | |
| 42 | «обеспечение пищевыми продуктами; реализация товаров  42-го класса» |  | «деятельность в формате супермаркета» | Однородны  В судебном акте не приводится обоснование указанного вывода. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 06.08.2015 по делу № СИП-982/2014 |  | |
| 42 | «реализация товаров» | 35 | «аренда площадей для размещения рекламы; макетирование рекламы; обновление рекламных материалов» | Однородны  Под продвижением товаров понимается совокупность разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров, ввиду чего услуги по «реализации товаров» и услуги «рекламы» являются взаимодополняемыми и относятся к одному родовому понятию.  Услуги «реализация товаров» и услуги «аренда площадей для размещения рекламы; макетирование рекламы; обновление рекламных материалов» относятся к видам деятельности, связанным с повышением спроса на товары, увеличением их сбыта, расширением рыночного поля товаров, то есть представляют собой разные способы продвижения товаров для третьих лиц.  Названные услуги являются однородными, так как использование в отношении них разных товарных знаков может привести к возникновению у потребителя представления о принадлежности этих услуг одному производителю. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.10.2016 по делу № СИП-145/2016 |  | |
| 43 | «бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья» | 35 | «информация коммерческая, консультативные службы по организации и управлению делами, реклама, сбыт товара через посредников, изучение рынка» | Неоднородны  Услуги [43-го класса](consultantplus://offline/ref=11E5DC1AD5DB5D95A1470FAEBB7E690FB3DA26F4A299DFE7351415A6BD41613D2B34A3D96E49F4U81FK) МКТУ отражают деятельность по бронированию, осуществляемую гостиницами, пансионатами и тому подобными заведениями для лиц, желающих забронировать место для временного пребывания или временного жилья, в то время как указанные услуги [35-го класса](consultantplus://offline/ref=11E5DC1AD5DB5D95A1470FAEBB7E690FB3DA26F4A299DFE7351415A6BD41613D2B34A3DE684FF8U817K) МКТУ оказываются различными информационными, консультативными, рекламными, маркетинговыми службами и организациями; данные услуги [35-го класса](consultantplus://offline/ref=11E5DC1AD5DB5D95A1470FAEBB7E690FB3DA26F4A299DFE7351415A6BD41613D2B34A3DE684FF8U817K) МКТУ оказываются лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность и желающим ее прорекламировать;  С учетом этого сравниваемые услуги имеют разное назначение, различные условия оказания и круг потребителей поэтому признаны судом неоднородными. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.07.2018  по делу № СИП-534/2017 |  | |
| 45 | «услуги гостиничных консьержей» | 43 | «гостиницы, бронирование мест в гостиницах для третьих лиц; рестораны и бары и услуги залов; рестораны самообслуживания, ресторанные услуги по приготовлению отпуску на дом пищи; кафе и кафетерии; служба доставки пищи; услуги по приготовлению и доставке блюд; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками и обслуживанию встреч, конференций, выставок и событий и торжественных церемоний» | Однородны  Сравниваемые услуги являются взаимодополняемыми и однородными ввиду единой природы их назначения, а также возникновения угрозы отнесения потребителями названных услуг к одному и тому же источнику их происхождения, поскольку вышеназванные услуги имеют сходные характеристики по потребительским свойствам и функциональному назначению (объем оказания услуг и цель их предоставления)  Суд учитывает традиционность их использования в отелях в качестве сопутствующих услуг при ведении гостиничного, ресторанного и туристического бизнеса, условия их использования (в гостиницах и ресторанах, кафе при оказании соответствующих услуг), их функциональное назначение (создание комфортных условий, отвечающих уровню гостиницы, образующих ее фирменный стиль), общий для них круг потребителей свидетельствуют об однородности названных вышеперечисленных услуг.  Так в гостиничном бизнесе для формирования у потребителя услуг гостиничной сети с определенным фирменным наименованием особого, высокого (эксклюзивного) качества предоставления гостиничных услуг предоставляется значительный (расширенный) перечень данных услуг. При чем, услуги предоставляется в их различной комбинации, объеме, в зависимости от потребностей потребителей нуждающихся в них.  Определенному количеству потребителей гостиничных услуг важно при нахождении и/или проживании в гостинице обязательное наличие в ней кафе и кафетерия; бронирование мест в гостиницах для третьих лиц. Кому-то из потребителей гостиничных услуг важно обязательное предоставление в гостинице таких услуг, как служба доставки пищи; обеспечение пищевыми продуктами и напитками и обслуживание встреч, конференций, выставок и событий и торжественных церемоний. При этом возможна и такая ситуация, когда все названные услуги будут востребованы одной и той же группой потребителей одновременно.  При этом для качественной реализации вышеуказанных услуг и их поведения до потребителя, необходимо осуществление услуги гостиничных консьержей, которая является взаимодополняемой названным услугой.  Исключение каких-либо видов услуг из перечня, учитывая критерии их взаимодополняемости, функционального назначения, может привести к сужению объема предоставляемых гостиницей потребителю услуг (снижения определенного уровня сервиса по количеству возможного количества гостиничных услуг), а следовательно и формированием мнения потребителя о невозможности получения комплекса различных услуг, что свидетельствует о более низком (негативном) уровне сервиса такой гостиницы в сравнении с аналогичным перечнем услуг иных гостиниц.  Кроме того, сложившееся в обществе представление у потребителей гостиничных услуг о взаимодополняемости сравниваемых услуг при их потреблении свидетельствует об их общем (целостном) восприятии значительным кругом потребителей. | Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.06.2015 по делу № СИП-561/2014. |  | |