

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 03.07.2019, поданное ООО «Кофе Лайк», г. Ижевск (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №690778, при этом установлено следующее.

Оспариваемый комбинированный товарный знак



« _____ » по заявке №2018748492 с приоритетом от 07.11.2018 зарегистрирован 10.01.2019 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации за №690778 в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя ООО «ЭМЭФСИ», Москва, (далее - правообладатель).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 03.07.2019, оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, указанная регистрация была произведена в нарушение требований статьи 10, пункта 3 и пункта 6 статьи 1483 Кодекса, и 10.bis Парижской Конвенции.

Доводы возражения сводятся к следующему:

LIK≡COFFEE

- оспариваемый товарный знак «
сходен до степени смешения с товарными знаками



«
» по свидетельству №715346 и



«
» по свидетельству №631435 в
отношении всех услуг 35 и части услуг 43 класса МКТУ (кроме:
«гостиницы», «мотели», пансионаты», «прокат раздаточных [диспенсеров] для
питьевой воды», «услуги кемпингов») однородных, зарегистрированным
ранее на имя лица, подавшего возражение;

- услуги 43 класса МКТУ содержащиеся в перечнях сравниваемых
знаков относятся к услугам по организации общественного питания, то есть
их назначение - приготовление пищевых продуктов и напитков для
употребления, относятся к одному виду и имеют одинаковое назначение;

- услуги 35 класса МКТУ в оспариваемом товарном знаке, содержат
тождественные позиции, а именно – «услуги снабженческие для третьих лиц
[закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», которые также
содержатся в свидетельстве №715346;

- по мнению лица, подавшего возражение, визуально сопоставляемые
обозначения отличаются, однако имеет место фонетическое сходство
словесных элементов «LIKESCOFFEE» и «COFFEE LIKE», «КОФЕЛАЙК»;

- графическое сходство словесных элементов оспариваемого
товарного знака и товарного знака по свидетельству № 715346 включает в
том, что они выполнены одними и теми же заглавными буквами латинского
алфавита с перестановкой их местами;

- сходные словесные элементы занимают доминирующее (значимое)
положение в сравниваемых знаках;


- по семантическому признакам, имеет место подобие заложенных в обозначениях понятий, идей, в частности, полное совпадение значения сходных словесных элементов;

- написание словесных элементов "КОФЕЛАЙК" и "LIKESOFFEE" буквами разных алфавитов, является незначительным различием, которое не изменяет общего впечатления;

- изобразительные элементы сравниваемых обозначений не занимают значимого положения и не влияют на общее зрительное впечатление;

- согласно решению Суда по интеллектуальным правам (дело №СИП-817/18), признаны сходными до степени смешения товарный знак лица, подавшего возражение, и другой товарный знак правообладателя по свидетельству №530324, причем указанный товарный знак правообладателя отличается от оспариваемого товарного знака только в части цветового исполнения (в оспариваемом товарном знаке цвет трех фигурных полосок серый, в знаке по свидетельству №530324 - оранжевый);




- обозначение «  »используются в качестве названия одной из самых крупных федеральных сетей на рынке «кофе с собой» последние пять лет. На сегодняшний день - это 585 баров, в 130 городах, в 7 странах. Из них в 561 в России;

- на дату приоритета (07.11.2018) оспариваемого товарного знака, сеть состояла из 423 точек в 99 российских городах;

- согласно решению Суда по интеллектуальным правам от 14.04.2014 по делу №СИП-83/2014, проведение широкомасштабных акций может являться подтверждением возникновения у потребителей ассоциативной связи с изготовителем;

- в подтверждении введения потребителя в заблуждение, лицо подавшее возражение, предоставляет документы о проведении широкой рекламной кампании по продвижению сети кофе-баров под обозначением



«  », а также предоставляет сертификаты и дипломы за участие в выставках и конкурсах как крупной сети кофе-баров, статью из открытой энциклопедии "Википедия" от 24.10.2018;

- сеть кофе-баров лица, подавшего возражение, представляет формат "кофе с собой", каждый проданный стаканчик кофе и каждая точка кофе-бара сама рекламирует сеть лица, подавшего возражение;

- лицо, подавшее возражение, также считает, что регистрация оспариваемого знака противоречит требованиям статьи 10 Кодекса и статьи 10.bis Парижской конвенции, по охране промышленной собственности (далее - Парижская конвенция).

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №690778 недействительным полностью.

К возражению представлены следующие материалы:

1. Копия Решения Суда по интеллектуальным правам от 21.03.2019 по делу №СИП-817/2018;
2. Копия договора №9 от 28.02.2017 от 28.02.2017 между ООО "Кофе Лайк" и ИП Погорасовой М.А. на оказание рекламных услуг;
3. Копия договора №71-1801/3-03/06 от 10.01.2018 между ООО "Кофе Лайк" и ООО "Глобал Медиа Солюшенс" на оказание рекламных услуг;
4. Копия договора №18-147-РФ от 12.07.2018 между ООО "Кофе Лайк" и ООО "Франкон" на оказание рекламных услуг;
5. Распечатка с сервиса "Яндекс.Метрика" о посещаемости сайта coffee-like.com;
6. Распечатка официальной страницы сети Coffee Like с сайта Instagram;
7. Распечатка официальной страницы сети Coffee Like с сайта YouTube;
8. Копии сертификатов и дипломов об участии ООО "Кофе Лайк" в выставках;

9. Распечатка с официального сайта ООО "Кофе Лайк" адресов всех кофе-баров сети на 2018 и 2019 год;
10. Распечатка с карты "Яндекс.карты" о количестве кофе-баров под обозначением "Coffee Like";
11. Распечатка статьи из свободной энциклопедии "Википедия" от 24.11.2018 о сети кофе-баров "Coffee Like";
12. Распечатка сведений об ООО "Кофе Лайк" из Единого государственного реестра юридических лиц;
13. Распечатка сведений об ООО "ЭмЭфСи" из Единого государственного реестра юридических лиц;
14. Распечатка сведений о товарном знаке по свидетельству №690778 из Государственного реестра товарных знаков, знаков обслуживания и наименований мест происхождения;
15. Копия свидетельства на товарный знак РФ №715346;
16. Копия свидетельства на товарный знак РФ №631435;
17. Копия искового заявления по делу №А40-18379/19;
18. Копия определения по делу №А40-18379/19 о принятии искового заявления к рассмотрению.

Правообладатель знака по свидетельству №690778, в установленном порядке ознакомленный с материалами возражения, поступившего 03.07.2019, на заседание коллегии не явился и отзыв по мотивам возражения не представил.

Изучив материалы дела и выслушав участников рассмотрения возражения, коллегия сочла доводы возражения убедительными.

С учетом даты (07.11.2018) приоритета товарного знака по свидетельству №690778 правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом

Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

Как следует из требований подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

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

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

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

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

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

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

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

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

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у

потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

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


Согласно пункту 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным, в частности, подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

В качестве обоснования заинтересованности в подаче возражения лицом, его подавшим, были представлены документы (2-11), содержащие информацию об осуществлении им деятельности по производству товаров и

напитков под обозначением «», а также оказанию услуг по продвижению этих товаров посредством кофеен.

Лицу, подавшему возражение, принадлежат исключительные права на

товарные знаки «» по свидетельству №715346 и



«» по свидетельству №631435 являющиеся, по его мнению, сходными до степени смешения с оспариваемым товарным знаком по свидетельству №690778 в отношении однородных услуг, которые пересекаются на рынке.


Изложенное позволяет коллегии усмотреть заинтересованность лица, подавшего возражение, в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №690778 по указанным в возражении основаниям, поскольку его законные права и интересы могут быть нарушены.

Что касается доводов лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемой регистрации требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, то коллегия считает их обоснованными в части.

The logo consists of the word "LIKESCOFFEE" in a bold, sans-serif font. The letters "E" in "LIKE" and "EE" in "COFFEE" are stylized with three horizontal wavy lines passing through them, resembling coffee steam or waves.

Оспариваемый товарный знак «» представляет собой комбинированное обозначение, содержащее словесный элемент «LIKESCOFFEE», в котором графические элементы в виде трех волнообразных полос прочитываются как буквы «Е», остальные буквы выполнены оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №715346 представляет собой комбинированное обозначение « **COFFEE LIKE** » (1), включающее изобразительный элемент в виде стилизованного изображения стакана с крышкой и словесного элемента «COFFEE LIKE», выполненного заглавными буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом. Словесный элемент «COFFEE» исключен из правовой охраны. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №631435 представляет собой комбинированное обозначение « **КОФЕЛАЙК**»(2), включающее изобразительный элемент в виде стилизованного изображения стакана с крышкой и словесный элемент «КОФЕЛАЙК», выполненный заглавными буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 30, 32, 43 классов МКТУ.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков (1) и (2) показал следующее.

Сравниваемые товарные знаки представляют собой комбинированные обозначения, в которых индивидуализирующую функцию несут в себе словесные элементы «COFFEE LIKE», «LIKESCOFFEE» и «КОФЕЛАЙК» так как именно на них в первую очередь акцентирует свое внимание потребитель.

При этом, несмотря на то, что в противопоставленном знаке (1) словесный элемент «COFFEE» указан в качестве неохраноспособного элемента знака, он имеет смысловое значение, играет существенную роль в композиции знака и индивидуализации услуг его правообладателя. В этой связи, не может не учитываться при анализе сходства с оспариваемым товарным знаком.

Учитывая изложенное, при определении сходства оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков за основу взято сравнение словесных элементов «COFFEE LIKE», «LIKESCOFFEE» и «КОФЕЛАЙК».

Сравнительный анализ сопоставляемых обозначений показал, что они являются фонетически сходными, что обусловлено полным совпадением состава гласных и согласных звуков в сравниваемых обозначениях, наличием легко узнаваемых совпадающих слов. Различие заключается в разном порядке расположения этих слов.

В смысловом отношении сравниваемые знаки являются сходными, поскольку словесные элементы «КОФЕЛАЙК», «LIKESCOFFEE», «COFFEELIKE» образованы путем соединения двух слов «КОФЕ» «ЛАЙК» «LIKE» «COFFEE» и «COFFEE» « LIKE». При этом, элементы «LIKE» (и его транслитерация буквами русского алфавита «ЛАЙК») и «COFFEE» (и его транслитерация буквами русского алфавита «КОФЕ») в переводе с английского языка на русский язык имеют значения: «LIKE» - аналогичный, подобный, похожий, идентичный, одинаковый, «COFFEE» - кофе (<http://translate.academic.ru/>).

Таким образом, в силу тождества семантики слов, образующих сравниваемые словесные элементы, в целом они несут в себе одинаковую смысловую нагрузку, то есть семантическое сходство установлено в виду подобия заложенных в обозначениях идей и понятий.

Визуально сопоставляемые обозначения нельзя признать сходными, однако графический фактор сходства обозначений носит второстепенный характер в силу превалирования фонетического и семантического сходства обозначений.

Коллегия при сравнительном анализе оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков исходила из того, что решающее значение при их восприятии в целом имеют фонетический и семантический факторы, на основе которых установлено сходство этих знаков.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно (пункт 42 Правил).

Изложенное выше позволяет сделать вывод о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №690778 и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №715346, №631435, несмотря на их отдельные отличия, ассоциируются друг с другом в целом и, следовательно, являются сходными.

Правовая охрана оспариваемому товарному знаку предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ: «услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»; услуги 43 МКТУ - услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; гостиницы; закусочные; кафе; кафетерии; мотели; пансионаты; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги кемпингов; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом.

Противопоставленному товарному знаку (1) предоставлена правовая охрана в отношении услуг 35 класса МКТУ: «демонстрация товаров; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация напитков и продуктов питания на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж напитков и продуктов питания для третьих лиц; прокат рекламных материалов; распространение рекламных материалов; реклама; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги розничной продажи напитков и продуктов питания; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»; а также услуг 43 класса МКТУ – «закусочные; кафе; кафетерии; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат палаток; прокат передвижных строений; рестораны; рестораны самообслуживания; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом».

Противопоставленному товарному знаку (2) предоставлена правовая охрана в отношении товаров и услуг 30 класса МКТУ: «блины; булки; заменители кофе; изделия пирожковые; йогурт замороженный [мороженое]; какао; какао-продукты; кофе; кофе-сырец; кушанья мучные; мед; мороженое; напитки какао-молочные; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; напитки чайные; напитки шоколадно-молочные; напитки шоколадные; напитки на базе какао; пироги; пицца; сорбет [мороженое]; сэндвичи; хлеб; чай»; 32 класса МКТУ; «воды [напитки]; квас [безалкогольный напиток]; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; соки овощные [напитки]; соки фруктовые»; услуг 43 МКТУ: «услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками, в том числе для употребления их на месте или навынос; закусовые; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги по приготовлению еды и напитков навынос;

услуги баров, в том числе предоставляющие еду и напитки навынос; услуги предприятия быстрого питания, торгующего навынос».

В своем возражении, лицо, подавшее возражение просит признать недействительной правовую охрану товарного знака по свидетельству №690778 в отношении всех услуг 35 класса МКТУ и всех услуг 43 класса МКТУ кроме: «гостиницы; мотели; пансионаты; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды».

Анализ однородности услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне оспариваемой регистрации, и товаров и услуг 30, 32, 35, 43 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков показал, что они являются однородными на основании следующего.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» признаны однородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака (1) так как являются тождественной позицией.

Оспариваемые услуги 43 класса МКТУ и услуги 43 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков (1) и (2) «услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом» являются однородными, поскольку относятся к услугам, предоставляемым предприятиями, по приготовлению и реализации товаров общественного питания.

Согласно интернет источникам (dic.academic.ru), например, «кафе» - предприятие по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции. Реализует фирменные, заказные блюда, изделия, напитки. Кафе может специализироваться, например, по определенному контингенту

потребителей (кафе молодежное, детское) и по ассортименту (кафе-мороженое, кафе-молочная, кафе-кондитерская).

«Ресторан» - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, винноводочные, табачные и кондитерские изделия, повышенным уровне обслуживания в сочетании с организацией отдыха.

Перечень противопоставленного товарного знака (2) содержит в себе позиции товаров 30 и 32 классов МКТУ, представляющих собой готовые блюда (например, сэндвичи, пироги и т.д.) и напитки (коктейли, лимонады, соки, воды), которые находятся в ассортименте любого кафе или заведения общественного питания и, зачастую, предлагаются к продаже навынос.

В этой связи, принимая высокую степень сходства сравниваемых обозначений, коллегия пришла к выводу о том, что оспариваемые услуги 43 класса МКТУ являются однородными товарам 30, 32 классов МКТУ товарного знака по свидетельству №631435, поскольку при реализации указанных товаров и оказываемых услуг, у потребителей может возникнуть представление о принадлежности указанных однородных товаров и услуг, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые знаки, одному производителю, и как следствие, смешение их в гражданском обороте.

Учитывая изложенное, оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки (1) и (2) являются сходными до степени смешения в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, однородных товарам и услугам 30, 32, 35, 43 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков.

Таким образом, довод возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Анализ оспариваемого товарного знака на предмет его соответствия требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, как способного вводить потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя, показал следующее.

Введение потребителя в заблуждение может возникнуть в результате ассоциации продукции, сопровождаемой в гражданском обороте спорным обозначением, с продукцией произведенной иным лицом, основанной на предшествующем опыте. В рамках изложенного, лицом, подавшим возражение, были представлены документы (2-14, 17,18), которые подлежат анализу в рамках рассмотрения настоящего возражения. Однако, проанализировав представленные документы (2-14, 17,18), коллегия считает их недостаточными для вывода о том, что средний российский потребитель воспринимает оспариваемый знак как обозначение, ассоциирующееся исключительно с лицом, подавшим возражение, которое в течение длительного времени интенсивно вводило его в гражданский оборот в различных субъектах Российской Федерации. Указанное обосновывается следующим.

Представленные в возражении материалы (2-4) свидетельствуют о том, что между ООО "Кофе Лайк" и ИП Погораевой М.А, ООО "Глобал Медиа Солюшенс", ООО "Франкон" были заключены договора возмездного оказания услуг на размещение рекламы. Указанные договора датированы 2017-2018 годами. Лицом, подавшим возражение, представлены Копии сертификатов и дипломов об участии ООО "Кофе Лайк" в выставках.

Представленные распечатки из сети Интернет (5), (6), (7), (9), (10), (11) имеют более позднюю дату, чем дата приоритета оспариваемого товарного знака, следовательно не могут быть приняты во внимание.

Вместе с тем, анализ представленных материалов показал, что в них отсутствуют данные о фактическом оказании услуг лицом, подавшим возражение, под рассматриваемым обозначением (например, не представлено ни одного чека, счета-фактуры на оказание возмездных услуг

под обозначением «COFFEE LIKE» «КОФЕЛАЙК» лицом, подавшим возражение).

Ввиду отсутствия вышеуказанных документов, у коллегии нет оснований для вывода о том, что при восприятии оспариваемого обозначения потребитель будет ассоциировать услуги, маркированные оспариваемым обозначением, с лицом, подавшим возражение.

Что касается довода возражения о том, что действия правообладателя, связанные с регистрацией оспариваемого товарного знака, являются актом недобросовестной конкуренции, то установление наличия факта недобросовестной конкуренции не относится к компетенции Федеральной службы по интеллектуальной собственности. Заключение компетентного органа о наличии данного факта не предоставлено. Кроме того, указанное возражение рассматривается самостоятельным независимым порядком, за рассмотрение подобного рода возражений предусмотрена отдельная пошлина. В связи с изложенным, копия искового заявления по делу №А40-18379/19 и копия определения по делу №А40-18379/19 о принятии искового заявления к рассмотрению не касаются предмета рассмотрения настоящего возражения.

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

удовлетворить возражение, поступившее 03.07.2019, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №690778 недействительным в отношении всех услуг за исключением услуг 35 класса МКТУ «гостиницы; мотели; пансионаты; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды».