

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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, рассмотрела поступившее 04.03.2019 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 694069, поданное Закрытым акционерным обществом «Сернурский сырзавод», Республика Марий Эл, пгт. Сернур (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.



Регистрация товарного знака «**СЫРА**» с приоритетом от 01.08.2017 по заявке № 2017731197 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 25.01.2019 за № 694069 на имя Общества с ограниченной ответственностью «Мельница», г. Кострома (далее – правообладатель). Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 16, 28, 29 и услуг 35 и 41 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), приведенных в перечне свидетельства.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 04.03.2019, выражено мнение о том, что

регистрация товарного знака по свидетельству № 694069 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3, 8 и 9 статьи 1483 Кодекса.

Возражение содержит следующие доводы:



- комбинированное обозначение «**МУЗЕЙ СЫРА**», зарегистрированное в качестве товарного знака по свидетельству № 694069, является сходным до степени смешения с обозначением, используемым лицом, подавшим возражение, в своей предпринимательской деятельности при продаже товаров и оказании услуг, однородных тем, в отношении которых предоставлена правовая охрана оспариваемому товарному знаку;

- регистрация оспариваемого товарного знака может вводить потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, а также нарушает исключительные права лица, подавшего возражение, на охраняемое в Российской Федерации коммерческое обозначение;

- обозначение «МУЗЕЙ СЫРА», используемое лицом, подавшим возражение, является широко известным благодаря деятельности ЗАО «Сернурский сырзавод»;

- сходство сравниваемых обозначений обусловлено наличием в них тождественного словесного элемента «МУЗЕЙ СЫРА», а также сходством изобразительных элементов товарного знака и обозначения, используемого лицом, подавшим возражение;

- товары и услуги, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, являются однородными деятельности, которую осуществляет лицо, подавшее возражение, в рамках функционирования «Сырной лавки» и «Музея сыра»;

- лицом, подавшим возражение, осуществляется производство брендированной канцелярии, визиток, флаеров, дипломов, оборудования для игр (фишки, жетоны) с логотипами, осуществляется онлайн продажа товаров через

Интернет-магазин, оказываются услуги музеев, проводятся развлекательные мероприятия;

- обозначение «МУЗЕЙ СЫРА» активно используется лицом, подавшим возражение, с начала 2017 года при осуществлении деятельности по продаже молочной, сырной продукции, а также при оказании музейных услуг; совместно с музеем сыра осуществляет работу сырная лавка;

- «Музей сыра» лица, подавшего возражение, находится в туристическом центре Республики Марий-Эл, в центре города Йошкар-Ола и активно посещается туристами со всего мира;

- лицо, подавшее возражение, длительное время занимается коммерческой деятельностью по переработке молока и производству молочных и сырных продуктов, сотрудничает с крупными сетями («Пятерочка», «Азбука вкуса», «Бэхетле», «Перекресток», «ВкусВилл», «SPAR», «Ашан», «Эссен», «Йола»), является лауреатом премий «Продэкспо» и «100 лучших товаров России»;

- рядовые потребители на момент подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака ассоциировали обозначение «МУЗЕЙ СЫРА» с деятельностью лица, подавшего возражение;

- между ЗАО «Сернурский сырзавод» и ООО «Реклама Сервис» 01.03.2015 был заключен договор о выполнении комплекса работ, в том числе, работ по созданию логотипов, исключительные права на которые переданы лицу, подавшему возражению 03.03.2017;

- лицо, подавшее возражение, является обладателем исключительных прав на изобразительное произведение – обозначение «Музей сыра», известность данного обозначения возникла в связи с использованием произведения в качестве коммерческого обозначения;

- ЗАО «Сернурский сырзавод» был заключен договор аренды нежилого помещения, расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Эшкина, дом 10г;

- открытие «Музея сыра» в городе Йошкар-Оле состоялось 03.03.2017, что подтверждается скриншотами из сети Интернет, многочисленными фотографиями;

- в мае-июне 2017 года была открыта «Сырная лавка»;

- правообладатель открыл свой «Музей сыра» значительно позже – 15.12.2017;

- в июле 2017 года на телеканале «Россия 1» ГТРК «Марий Эл» была выпущена передача, в которой освещалась деятельность «Музея сыра», телезрители канала составляют более 800 000 человек;

- коммерческая деятельность «Музея сыра» и «Сырной лавки» широко известна потребителям и вызывает ассоциацию с ЗАО «Сернурский сырзавод» и его продукцией;

- «Музей сыра» в Йошкар-Оле входит в рейтинг достопримечательностей города по версии сайта TripAdvisor;

- лицо, подавшее возражение, непрерывно осуществляет использование коммерческого обозначения с 2017 года и по настоящее время, оно обладает достаточной известностью и различительной способностью;


- правовая охрана оспариваемого товарного знака очевидным образом ограничивает лицо, подавшее возражение, в использовании своего средства индивидуализации;

- ЗАО «Сернурский сырзавод» было подано две заявки на регистрацию товарных знаков «Музей сыра» и «Сырная лавка» (заявки №№ 2017753831, 2017735464), в ходе экспертизы которых оспариваемый товарный знак выявлен в качестве препятствия для регистрации товарных знаков лица, подавшего возражение.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 694069 недействительным полностью.

К возражению приложены следующие материалы:



(1) копия свидетельства № 395367 на товарный знак «  », зарегистрированный на имя лица, подавшего возражение;

(2) копия договора от 01.03.2015, акты приема-передачи произведения и исключительных прав на него от 03.03.2017;

(3) копия договора от 15.12.2016 аренды нежилого помещения по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Эшкинина, д. 10г, и акт приема-передачи помещения к договору;

(4) копия заявления от 22.02.2017 на установку информационной конструкции (вывески магазина «Сырная лавка», «Музей сыра») по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Эшкинина, д. 10г, с приложением договора на установку и эксплуатацию конструкции и паспорта вывески;

(5) распечатки из сети Интернет с сайтов <https://vk.com>, <https://музейсыра.com>;

(6) фотографии;

(7) распечатка результатов поиска в системе «Яндекс» по запросу «музей сыра»;

(8) распечатки из сети Интернет с сайтов <https://www.tripadvisor.ru>, [www.kozi.ru](http://www.kozi.ru), [www.gtrkmariel.ru](http://www.gtrkmariel.ru), <https://potokmedia.ru>;

(9) скриншоты видеофайла;

(10) распечатка сведений из единого государственного реестра юридических лиц в отношении лица, подавшего возражение;

(11) сведения о файлах – фотографиях;

(12) изображения визиток, значков, копия товарной накладной от 26.05.2017;

(13) рекламные материалы;

(14) таблица, содержащая ссылки на источники публикаций, касающихся деятельности лица, подавшего возражение;

(15) распечатки из сети Интернет с сайтов <https://potokmedia.ru>, <https://mari-el.gov.ru>, [www.dairynews.ru](http://www.dairynews.ru), [www.milkbranch.ru](http://www.milkbranch.ru), [www.vpgazeta.ru](http://www.vpgazeta.ru), <https://www.mngz.ru>, <https://yoshkarola.bezformata.com>, <https://12.rodina.news>, <https://svetich.info>, <https://rulesplay.ru>, <https://cr2.livejournal.com>;

(16) сведения о публикациях в 2018-2019 гг. и распечатки из сети Интернет.

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, 06.05.2019 представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему:

- установление фактов разработки спорного обозначения не правообладателем, а каким-либо другим лицом, использования этого обозначения иным производителем, а также размещения информации о разработанном обозначении в общедоступных источниках информации само по себе не является основанием для применения положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара;

- лицом, подавшим возражение, не предоставлено доказательств возникновения ассоциативной связи у потребителей Российской Федерации между спорным товарным знаком и продукцией какого-либо иного производителя товаров (лица, оказывающего услуги);

- лицо, подавшее возражение, не предоставило доказательств производства продукции под обозначением «Музей сыра», либо оказания услуг под данным обозначением;

- правообладатель использует принадлежащий ему товарный знак для индивидуализации производимых товаров и услуг, им оказываемых;

- зарегистрированный товарный знак не является обозначением, вводящим потребителей в заблуждение относительно производителя товаров и лица, оказывающего услуги;

- правообладатель начал разрабатывать заявленное обозначение еще в 2016 году, оплата услуг по договору произведена 04.08.2016;

- из-за различных проблем создание «Музея сыра» решено было отложить, и, фактически, «Музей сыра» начал свою работу только в 2017 году;

- именно правообладатель является обладателем исключительных прав на изобразительный элемент товарного знака;

- только известное обозначение может претендовать на признание его коммерческим обозначением и, соответственно, только на такое обозначение возникает исключительное право;

- приложения к возражению не свидетельствуют о наличии известного коммерческого обозначения предприятия, производящего однородные товары и оказывающего однородные услуги;

- часть приложений к возражению относится к другому обозначению, а именно «Сырная лавка»;

- сведения о наградах «ЗАО Сернурский сырзавод» не подтверждают мотивы поданного возражения;

- статьи в сети Интернет, представленные с возражением, малочисленны, их явно недостаточно для установления факта известности обозначения в рассматриваемый период времени;

- лицо, подавшее возражение, не является заинтересованным лицом в подаче возражения, что является самостоятельным основанием для отказа в удовлетворении поданного возражения.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения, поступившего 04.03.2019, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 694069.

К отзыву приложены следующие материалы:

(17) копия договора от 03.08.2016, касающегося разработки логотипа «Музей сыра» и изготовления баннера, приложение к нему, копия платежного документа;

(18) копии каталогов частных музеев России;

(19) макеты пакетов, фотографии упаковок, рекламных баннеров, плакатов и другой продукции.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 27.05.2019, сторонами спора представлены дополнительные материалы.

Лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

(20) ходатайство о назначении и проведении экспертизы договора от 03.08.2016, представленного правообладателем, а также акта к нему.

Правообладателем представлены следующие материалы:

(21) копии рекламных листовок, дипломов, фотографий, распечаток из сети Интернет.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия сочла доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (01.08.2017) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 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 к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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 пунктом 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в



Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 9 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

В соответствии с абзацем пятым пункта 9 статьи 1483 Кодекса положения пункта 9 статьи 1483 Кодекса применяются также в отношении обозначений, сходных до степени смешения с указанными в нем объектами.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах.

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

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

Согласно пункту 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 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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

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

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




Оспариваемый товарный знак «**МУЗЕЙ СЫРА**» по свидетельству № 694069 представляет собой комбинированное обозначение, включающее изобразительный элемент в виде здания с четырьмя колоннами, сверху которых помещен треугольный изобразительный элемент с круглыми отверстиями внутри него, а также словесный элемент «МУЗЕЙ СЫРА», выполненный в две строки стандартным шрифтом буквами русского алфавита и расположенный под изобразительным элементом. Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 16, 28, 29 и услуг 35 и 41 классов МКТУ, перечисленных в свидетельстве.

В соответствии с порядком оспаривания и признания неправомерным предоставления правовой охраны, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом.

Материалы возражения свидетельствуют о том, что на имя лица, подавшего возражение, на государственную регистрацию в качестве товарных знаков поданы





МУЗЕЙ СЫРА ».

заявки №№ 2017735464, 2017753831 на обозначения «  » и « МУЗЕЙ СЫРА ».

Указанные обозначения, согласно доводам возражения, наряду с обозначениями



«  » и «  », созданы по заказу лица, подавшего возражение, и используются им на вывесках для «Сырной лавки» и «Музея сыра», соответственно.


В возражении отмечается, что оспариваемый товарный знак ассоциируется с обозначением, используемым ЗАО «Сернурский сырзавод» в гражданском обороте, в силу чего способно ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров и лица, оказывающего услуги. К возражению приложены публикации из сети Интернет, касающиеся деятельности лица, подавшего возражение, в том числе с использованием графических изображений в виде зданий, крыша которых выполнена в форме куска сыра с дырками в совокупности со словесными элементами «Сырная лавка» и «Музей сыра».

Вышеизложенное в своей совокупности свидетельствует о том, что лицо, подавшее возражение, имеет интерес к устранению препятствий для осуществления использования названных графических изображений и словесного элемента «Музей сыра» в своей деятельности.

Таким образом, ЗАО «Сернурский сырзавод» является лицом, заинтересованным в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 694069.

В отношении противопоставления оспариваемому товарному знаку



исключительных прав лица, подавшего возражение, на логотипы «  » и



«  », коллегия установила следующее.

Согласно утверждению, содержащемуся в возражении, обозначения



« **СЫРНАЯ ЛАВКА** » и « **МУЗЕЙ СЫРА** » созданы по договору от 01.03.2015 (2).

Указанный договор и приложения к нему иллюстрируют, что исполнителем (ООО «Реклама Сервис») по заказу лица, подавшего возражение, «в соответствии с приложением № 47 к Дополнительному соглашению № 8 от 03.03.2017» созданы произведения «логотип «Музей сыра» и «логотип «Сырная лавка».

Приложения к актам №№ 10 и 11 от 03.03.2017 содержат обозначения



« **СЫРНАЯ ЛАВКА** » и « **МУЗЕЙ СЫРА** », исключительные права на которые переданы лицу, подавшему возражение, путем подписания указанных актов.

Анализ имеющихся в приложениях к актам логотипов показал, что



**МУЗЕЙ  
СЫРА**



оспариваемый товарный знак ( **СЫРА** ) и один из логотипов ( **МУЗЕЙ СЫРА** ) характеризуются высокой степенью сходства, близкой к тождеству, поскольку содержат тождественные словесные элементы, изобразительные элементы, включающие тождественные части, находящиеся в одинаковом взаимном расположении. Вместе с тем отличаются обозначения цветовым решением, а также использованием в составе логотипов ЗАО «Сернурский сырзавод» товарного знака «**У**» по свидетельству № 395367, словесных и цифровых элементов «Йошкар-Ола» и «2017».



Второй логотип « **СЫРНАЯ ЛАВКА** », имеющийся в актах (2), содержит изобразительный элемент, сходный с изобразительным элементом оспариваемого товарного знака ввиду их сходной общей внешней формы, характера изображений, смыслового содержания (использования в качестве крыши зданий стилизованного изображения треугольного куска сыра с дырками).

Согласно актам (2) исключительные права на указанные логотипы переданы лицу, подавшему возражение 03.03.2017, то есть ранее даты подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака.

Положения пункта 9 статьи 1483 Кодекса не допускают регистрацию обозначения в качестве товарного знака, которое тождественно произведению искусства или его фрагменту, а также сходно до степени смешения с указанным объектом, без согласия правообладателя.

Вместе с тем из договора и акта к нему (17), представленных с отзывом правообладателя, усматривается, что правообладателем 11.08.2016 получено



исключительное право на логотип « **МУЗЕЙ СЫРА** » и его варианты (« **МУЗЕЙ СЫРА** »,



« **МУЗЕЙ СЫРА** », « **МУЗЕЙ СЫРА** »), созданные Клеопиной О.Н. Коллегия отмечает, что представленный логотип и все его варианты воспроизводят графические особенности, присущие оспариваемому товарному знаку, отличаются цветовым решением.

Таким образом, каждая из сторон настоящего спора указывает на наличие у нее исключительных прав на одно и то же или сходное произведение (логотип). Иными словами, просматривается столкновение мнений двух сторон относительно авторства в отношении одного и того же произведения Клеопиной О.Н. либо

сотрудником ООО «Реклама Сервис». Авторство одного из упомянутых лиц коллегией установлено быть не может.

Что касается ходатайства лица, подавшего возражение (20), о назначении и проведении экспертизы договора от 03.08.2016, представленного правообладателем, а также акта к нему, то коллегия не располагает полномочиями по назначению экспертиз, касающихся действительности представленных документов. Выполнение договора (17) подтверждено актом и платежным поручением к нему. У коллегии не имеется никаких оснований для признания представленных документов недействительными или фальсифицированными.

С учетом вышеизложенного доводы лица, подавшего возражение, о наличии



именно у него исключительных прав на обозначение « МУЗЕЙ СЫРА » и, следовательно, о несоответствии оспариваемого товарного знака положениям подпункта 1 пункта 9 статьи 1483 Кодекса не могут быть признаны убедительными.

Несоответствие оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса как зарегистрированного в нарушение права иного лица на коммерческое обозначение может быть установлено при наличии перечисленных ниже признаков:

- обозначение должно быть тождественно или сходно до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации коммерческим обозначением (его отдельными элементами), представляющим собой средство индивидуализации предприятия;

- право на коммерческое обозначение должно возникнуть ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- деятельность предприятия, реально осуществляемая под коммерческим обозначением, однородна товарам (услугам), приведенным в перечне оспариваемого товарного знака.

При этом существование исключительного права на коммерческое обозначение зависит от определенных условий: оно должно индивидуализировать предприятие, обладать достаточными различительными признаками и быть

известным на определенной территории в результате его применения правообладателем. Должна быть установлена вся совокупность вышеназванных условий (см. положения статей 1539, 1540 Кодекса).

В качестве доказательств использования лицом, подавшим возражение, коммерческого обозначения, включающего словесный элемент «МУЗЕЙ СЫРА» и изобразительный элемент в виде здания с колоннами, крыша которого выполнена в форме куска сыра, были представлены, в частности, договор от 15.12.2016 аренды нежилого помещения (3), заявление на установку информационной конструкции (вывески магазина «Сырная лавка», «Музей сыра») (4), распечатки из сети Интернет (5), (7), (8), (15), фотографии (6), (11), рекламные материалы (13).

Из представленных фотографий (6), (11), заявления (4) и договора (3) усматривается, что обозначение, включающее словосочетание «МУЗЕЙ СЫРА», размещено лицом, подавшим возражение, на вывеске

«», установленной по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Эшкинина, д. 10г.

Изображение вывески, представленное на фотографиях (6), (11), в целом соотносится с изображением вывески, имеющимся в паспорте, приложенном к заявлению на установку информационной конструкции (4):

«».

Сравнительный анализ вывески, размещение которой осуществлено лицом,



подавшим возражение, и оспариваемого товарного знака «**МУЗЕЙ СЫРА**» свидетельствует о том, что в составе вывески используется обозначение, сходное до степени смешения с оспариваемым товарным знаком.


Следует отметить, что вывеска лица, подавшего возражение, визуально воспринимается как состоящая из двух частей: левой части, содержащей словосочетание «СЫРНАЯ ЛАВКА», верх которой выполнен полукругом, и правой части, выполненной в виде горизонтально-вытянутого прямоугольника, внутри которого размещены словосочетания «МУЗЕЙ СЫРА», «СЫР ТОШТЕР» и круглая эмблема, расположенная между ними, включающая изобразительный элемент в виде здания с колоннами, крыша которого выполнена в форме куска сыра.

Словосочетание «СЫР ТОШТЕР» представляет собой то же наименование, что и «МУЗЕЙ СЫРА», поскольку, согласно марийско-русскому он-лайн словарю «ТОШТЕР» означает «музей» ([https://mari\\_russian.academic.ru/5486](https://mari_russian.academic.ru/5486)).



Сходство оспариваемого товарного знака «**СЫРА**» с изобразительным



элементом «» вывески, размещенной лицом, подавшим возражение, установлено на основании сходства внешней формы, вида и характера обозначений, их смыслового содержания: в обоих случаях использовано стилизованное изображение здания с четырьмя колоннами, крыша которого выполнена в форме треугольного куска сыра с дырками.

Следует отметить, что изобразительный элемент в составе вывески выделен контрастным цветом, расположен между словесными элементами, акцентирует на себе внимание при восприятии вывески в целом.

Словесные элементы вывески сходны со словесными элементами оспариваемого товарного знака по смысловому и фонетическому признакам сходства. Различное взаимное расположение элементов сравниваемых обозначений не оказывает существенного влияния на общее сходное зрительное впечатление от сравниваемых обозначений.

Таким образом, коллегия констатирует сходство оспариваемого товарного знака и правой части вывески лица, подавшего возражение.



Что касается части вывески со словесным элементом «СЫРНАЯ ЛАВКА», то она, согласно фотографиям (6), (11), имеет иные пропорции и может восприниматься отдельно от правой части информационной конструкции.

Согласно представленному договору аренды нежилого помещения (3) и сведениям сети Интернет (5) имущественный комплекс лица, подавшего возражение, расположен по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Эшкинина, д. 10г.

В представленном паспорте (4) содержится также информация о вывеске «Сырная лавка», предназначенной для установки в Казани, однако, сведения о принадлежности имущественного комплекса в Казани лицу, подавшему возражение, и о дате начала его работы с возражением не представлены.

Таким образом, коллегия располагает данными только об одном имущественном комплексе, расположенном в Йошкар-Оле, на вывеске которого располагалось сходное с оспариваемым товарным знаком обозначение.

Вместе с тем при оценке использования лицом, подавшим возражение, коммерческого обозначения, включающего словесный элемент «МУЗЕЙ СЫРА», коллегией принято во внимание следующее.

Дата начала работы «Музея сыра», расположенного в городе Йошкар-Ола, не подтверждена фактическими документами. Довод о том, что дата размещения вывески соответствует дате начала работы предприятия лица, подавшего возражение, является предположением. Анонсирование открытия «Сырной лавки» 03.03.2017, расположенной в том же здании, что и «Музей сыра», не означает действительное начало функционирования «Музея сыра».

При этом согласно распечатке с сайта <https://mari-el.gov.ru> (15) 07.03.2017 была опубликована новость следующего содержания: «3 марта 2017 года в г. Йошкар-Оле (ул. Эшкинина, 10г) открылась первая в республике Сырная лавка ЗАО «Сернурский сырзавод». В продаже представлена эксклюзивная экологически чистая качественная продукция из коровьего, овечьего и козьего молока производства ЗАО «Сернурский сырзавод», а также новинки мороженого ООО «Йошкар-Олинский хладокомбинат». Лавка станет очередной достопримечательностью для жителей Республики Марий Эл, гостей и туристов,

посещающих республику. Также в планах Сернурского сырзавода **открыть музей сыра в апреле 2017 года**». Аналогичные сведения опубликованы на сайтах [www.vpgazeta.ru](http://www.vpgazeta.ru), <https://www.mngz.ru>, <https://yoshkarola.bezformata.com> (15).

Следует отметить, что право на коммерческое обозначение возникает в силу его известности на определенной территории и непрерывности использования в течение года.

Из имеющихся в распоряжении коллегии распечаток из сети Интернет, представленных с возражением, следует, в частности, что 10.08.2018 «на втором этаже «Сырной лавки» Сернурского сырзавода в столице Марий Эл открылся дегустационный зал». В статье <https://potokmedia.ru/news/57057/> (15) содержится следующая информация в отношении этого дегустационного зала: «ранее на втором этаже здания находился «Музей сыра», который пользовался популярностью у жителей и гостей Йошкар-Олы. В нем проводились экскурсии и мастер-классы для всех желающих. Однако в связи с увеличением производства и появлением большого количества новых продуктов, было решено преобразовать музей в дегустационный зал».

Изложенное свидетельствует о том, что «Музей сыра» по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Эшкинина, д. 10г не функционирует.

Известность «Музея сыра» в Йошкар-Оле, начало работы которого до 01.08.2017 не подтверждено фактическими материалами, из представленных с возражением распечаток не усматривается, поскольку большинство статей относится к деятельности самого лица, подавшего возражение, и магазина – «Сырной лавки».


Не представлено также сведений о непрерывном использовании обозначения, включающего словосочетание «МУЗЕЙ СЫРА» и эмблему с изображением здания с колоннами и крышей в форме куска сыра.

Отсутствуют фактические данные о том, какая деятельность осуществлялась под вывеской «Музей сыра». Слово «музей», как правило, идентифицирует некоммерческое учреждение культуры, созданное собственником для хранения, изучения и публичного представления музейных предметов и музейных коллекций


(<http://www.glossary.ru>). Характер услуг, оказываемых лицом, подавшим возражение, в помещении «Музея сыра», из представленных документов оценить невозможно.

Таким образом, представленные материалы в своей совокупности и взаимосвязи не свидетельствуют о возникновении до 01.08.2017 у лица, подавшего возражение, исключительного права на коммерческое обозначение, включающее словосочетание «МУЗЕЙ СЫРА» и эмблему с изображением здания с колоннами и крышей в форме куска сыра.



Что касается обозначения «  », то, как указано выше, с возражением доказательства наличия имущественного комплекса представлены только в отношении одного адреса (г. Йошкар-Ола, ул. Эшкинина, д. 10г), на



вывеске которого изображение «  » отсутствует. Размещение указанного логотипа на фартуках сотрудников и в рекламных листовках, визитках, баннерах, не является основанием для признания такого обозначения средством индивидуализации предприятия как имущественного комплекса. Публикации в сети Интернет могут служить косвенным подтверждением существования магазина «Сырная лавка», однако факт осуществления такой деятельности до 01.08.2017 должен быть доказан соответствующими документами.

С учетом вышеизложенных обстоятельств, приведенные в поступившем возражении аргументы лица, его подавшего, о несоответствии товарного знака по свидетельству № 694069 требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть признаны убедительными.

Возражение, поступившее 04.03.2019, мотивировано также несоответствием оспариваемой регистрации положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку оспариваемый товарный знак сходен с обозначением, используемым лицом,

подавшим возражение, в связи с чем способен ввести потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров и лица, оказывающего услуги.

Способность введения в заблуждение элементами обозначений и обозначением в целом не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и его изготовителе.

Лицо, подавшее возражение, указывает на то, что способность оспариваемого обозначения вводить потребителей в заблуждение основана на ассоциациях этого обозначения с лицом, подавшим возражение, как производителем товаров/услуг, основанных на предшествующем опыте потребителей.

Для вывода о возникновении указанной ассоциации, связанной с иным производителем товаров (лицом, оказывающем услуги), необходимо наличие доказательств, не только подтверждающих введение в гражданский оборот товаров со сходным обозначением иным производителем (либо подтверждающих факт оказания услуг иным лицом с использованием спорного обозначения), но и подтверждающих возникновение у потребителей стойкой ассоциативной связи между товаром (услугой) и его производителем.

Анализ представленных с возражением материалов не свидетельствует о введении лицом, подавшим возражение, в гражданский оборот каких бы то ни было товаров, маркировка которых содержала бы графический элемент в виде стилизованного изображения здания, крыша которого выполнена в форме куска сыра с дырками либо словесный элемент «Музей сыра».

Таким образом, нет оснований для вывода о том, что на 01.08.2017 имелась возможность возникновения у потребителей стойкой ассоциативной связи между товарами 16, 28, 29 классов МКТУ, маркированными спорным (сходным с ним) обозначением, и лицом, подавшим возражение.

Что касается услуг, то представленные с возражением документы иллюстрируют существование «Сырной лавки», предположительно, магазина. Вместе с тем факт оказания услуг по оптовой и/или розничной продаже товаров третьих лиц соответствующими доказательствами не подтвержден. Фотографии

магазина не имеют даты и не иллюстрируют использование сходного с оспариваемым товарным знаком обозначения при оказании каких-либо услуг. Деятельность лица, подавшего возражение, под обозначением «МУЗЕЙ СЫРА», не подтверждена материалами дела, следовательно, также не может быть соотнесена с какими-либо услугами оспариваемого перечня.

Доводы возражения о том, что им осуществляется производство брендированной канцелярии, визиток, флаеров, дипломов, оборудования для игр (фишки, жетоны) с логотипами, осуществляется онлайн продажа товаров через Интернет-магазин, оказываются услуги музеев, проводятся развлекательные мероприятия соответствующими договорами, товарно-сопроводительными и платежными документами не подтверждены, следовательно, нельзя сделать вывод о том, что в магазине, представленном на фотографиях (6), (11), какие-либо услуги оказывает именно лицо, подавшее возражение.

Для подтверждения возникновения у потребителей ассоциативной связи с предшествующим производителем товара (лицом, оказывающим услуги) необходимо представление соответствующих доказательств, которых в материалах дела не имеется.

С учетом изложенного, довод возражения о том, что оспариваемый товарный знак способен ввести потребителей в заблуждение относительно товара или его изготовителя, является недоказанным.

Коллегией также приняты во внимание представленные правообладателем сведения о том, что «Музей сыра», расположенный в г. Костроме, внесен в каталоги частных музеев России и функционирует в указанном городе.

Резюмируя изложенное, несоответствие оспариваемого товарного знака требованиям пунктов 3 (1), 8 и 9 статьи 1483 Кодекса материалами возражения не доказано.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 04.03.2019, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 694069.**