

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 г. № 644/261, рассмотрела поступившее 09.01.2024 возражение Алексева Дмитрия Михайловича (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022779162, при этом установила следующее.



Регистрация обозначения «» в качестве товарного знака по заявке № 2022779162 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 07.11.2022 испрашивалась на имя заявителя в отношении услуг 35 и 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента от 24.11.2023 о государственной регистрации товарного знака было принято только для части заявленных услуг 41 класса МКТУ. В отношении остальных заявленных услуг было отказано в государственной регистрации товарного знака на основании его несоответствия требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное несоответствие обосновывается в заключении по результатам экспертизы следующим.

Входящие в заявленное обозначение элементы "50 BEST" представляют собой сочетание цифр "50", не имеющее словесного характера и характерного графического исполнения, вследствие чего не обладает различительной способностью и является неохраняемым элементом обозначения и словесного элемента "BEST" (в переводе с английского языка best - лучший <https://translate.google.ru/> и др.), который в силу своего смыслового значения в отношении заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ является неохраняемым, поскольку указывает на их качество и носит хвалебный характер.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с:

- товарным знаком «TASTE OF RUSSIA», зарегистрированным под № 674130 [1] с приоритетом от 07.08.2017 на имя общества с ограниченной ответственностью "МЕДИАСЕРВИС", 115093, Москва, Партийный пер., 1, корп. 58, стр. 3, офис 351 в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- товарным знаком «TASTE OF RUSSIA», зарегистрированным под № 470585 [2] с приоритетом от 01.07.2011 на имя Карпухина Александра Евгеньевича, 108814, Москва, п. Сосенское, д. Николо-Хованское, ул. Петра Вяземского, д. 9, корп. 2, кв. 3 в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ.

См. открытые реестры www1.fips.ru.

Заявитель в качестве доказательства активного использования им заявленного обозначения с 2021 года представил следующие Интернет-ссылки:
<https://mcx.gov.ru/pressservice/regions/donskie-vina-voshli-v-top-50-luchshikh-v-rossii/>;
<https://admkrain.krasnodar.ru/content/1131/show/638570/>;
<https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/newssubmoscow/desyat-podmoskovnykh-napravlenii-voshli-v-top-50-luchshikh-obektov-gastroturizmarossii/>;
<https://национальныепроекты.рф/news/neskolko-proektov-gastroturizma-iz-podmoskovyastali-luchshimi-v-rossii/>; <https://gov.karelia.ru/news/03-07-2023-restorany-i-kafe-oteley-seti-tochki-nakarte-voshli-v-top-50-luchshikh-vkusov-rossii-2023-goda/>;
<https://mcx.donland.ru/presscenter/news/161829/>; <https://rg.ru/2022/12/23/vyshel-rejting-50-luchshihproizvoditelej-produktov-pitaniia-rossii-v-2022-godu.html>;

<https://kp.vedomosti.ru/news/2022/10/05/944037-50-best-tastes-of-russia;>

<https://travelguide.rbc.ru/tastes-of-russia;>

<https://www.m24.ru/shows3/3/552607;>

[https://www.tastesofrussia.ru/novosti/smi-o-putevoditele-50-best-tastes-of-russia/.](https://www.tastesofrussia.ru/novosti/smi-o-putevoditele-50-best-tastes-of-russia/)

Представленные заявителем документы не позволяют установить факт приобретения заявленным обозначением различительной способности. Заявителем не представлены фактические сведения об объемах, затратах на рекламу, степени информированности потребителей о заявленном обозначении. Также заявителем не представлены результаты социологического опроса по результатам которого возможно установить, что заявленное обозначение ассоциируется у потребителей с заявителем и в отношении услуг, оказываемых заявителем.

Заявитель выразил свое несогласие с данным решением в поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) возражении, доводы которого сводятся к следующему:

- фактически товарный знак активно и системно используется (мною и моей компанией - путеводитель «50 Best Tastes of Russia») с 2021 года. Длительность, интенсивность использования, территория использования (вся страна) данного товарного знака подтверждается более 300 публикациями, сопровождаемых заявленным обозначением, в открытой печати (а также в электронных, на радио и т.п.), а также официальными сайтами высших государственных учреждений включая официальный сайт высшего федерального исполнительного органа государственной власти Российской Федерации - Правительство Российской Федерации: <https://mcx.gov.m/press-seivice/regions/donskie-vina-voshli-v-top-50-luchshikh-v-rossii/>; официальный сайт губернатора Краснодарского края: <https://admkrai.krasnodar.ru/content/1131/show/638570/>, Правительство Московской области: <https://tmosregru/sobytiya/novosti/new50-luchshikh-obektov-gastroturizma-rossii/>; Национальные проекты РФ: <https://национальныепроекты.рф/news/neskolko-proektov-gastroturizma-iz-podmoskovyastali-luchshimi-v-rossii/>; Официальный интернет-портал администрации республики Карелия: <https://gov.karelia.ru/news/03-luchshikh-vkusov-rossii-2023-goda/>; Министерство Сельского хозяйства и

продовольствия Ростовской области: <https://mcx.donland.ni/presscenter/news/161829/>;
«Российская газета» - официальный печатный орган Правительства Российской Федерации: [https://rg.ru/2022/12/23/vyshel-rejting-50-luchshih-proizvoditelei-produktov-pitaniya-rossi\)-v-2022-godu.html](https://rg.ru/2022/12/23/vyshel-rejting-50-luchshih-proizvoditelei-produktov-pitaniya-rossi)-v-2022-godu.html);
Газета «Ведомости»: <https://kp.vedomosti.ni/news/2023/12/11/1010423-eksperti-nazvali-luchshih-proizvoditelei-produktov-pitaniya-2023>; РБК: <https://travel-guide.rbc.ru/tastes-of-russia> и так - сотнями публикаций по всей стране (администрации, СМИ, компании, сервисы о нас): <https://www.tastesofrussia.ru/novosti/smi-o-putevoditele-50-best-tastes-of-russia/>;

- путеводитель «50 Best Tastes of Russia» в принципе - не производитель товаров и продуктов. Цифровое и буквенное обозначение «50 BEST» («50 лучших») в принципе имеет отношение не к заявителю (как к субъекту товарного знака), не имеет отношения к характеристикам и пр., а относится напрямую к компаниям, попавшим в рейтинг Топ-50, который (рейтинг лучших компаний) заявитель технически проводит - опрашивает экспертов, пишет релизы, организует информационное партнерство с ведущими компаниями и пр. Компании попадают в рейтинг безвозмездно на основании голосования 500 экспертов, ведущих специалистов страны, список, имена, компании наших экспертов: <https://www.tastesofrussia.ru/mneniya-1>;

- постоянно на системной основе в путеводителе «50 Best Tastes of Russia» выходят публикации в ведущих СМИ, правительственных сайтах, сайтах туристических компаний, компаний производителей и пр. Десятки, сотни публикаций по всей стране - 1 раз в 3 месяца (ежегодно публикуется 4 рейтинга Топ-50), на основании голосования более 500 ведущих рестораторов, отельеров, предпринимателей и других специалистов сферы. По охватам это эффективнее любой рекламы, включая телевизионную. Подробнее о проекте: <https://www.tastesofrussia.ru/o-nas/> - аудитория в интернете: на сегодня посещаемость нашего сайта www.tastesofrussia.ru - более 240 тысяч уникальных посетителей ежемесячно, см. официальную статистику «Яндекс.Метрики» за прошедший месяц;

- на условиях взаимного информационного партнерства заявитель системно представлен на большинстве ведущих мероприятий в сферах гостеприимства, туризма, ресторанного бизнеса, дизайна, развлечений и пр. - логотип на сцене, на прессволе, на сайте (с активной ссылкой на наш сайт) и пр. Наши информационные партнеры: <https://www.v.tastesofrussia.ru/informacionnye-partnery/> Пример мероприятия (на фото видны указанные варианты использования логотипа): <https://www.tastesofrussia.ru/novosti/i-forum-vinnogo-turizma-itogi/>

- наклейки с обозначением, адресом сайта размещены на сегодня на входной двери более 600 объектов по всей стране (сети ресторанов, гастрономических, винных магазинов, отелей, курортов, дизайнерских бюро и пр.), а также заявитель, издатель путеводителя «50 Best Tastes of Russia» - ресторанный критик, автор и эксперт гастрономической тематики многих ведущих государственных и негосударственных изданий - ТАСС, РБК, «Москва 24», «Москва ФМ», «Комсомольская правда» и пр. В качестве спикера комментирует самые актуальные новости в сфере в СМИ иногда ежедневно (радио, электронные, печатные СМИ, ТВ). С 2021 года только с «титолом» - «издатель путеводителя 50 Best Tastes of Russia». Вся эта аудитория (десятки миллионов человек по всей стране, что подтверждается информацией на официальных сайтах партнерских СМИ) идентифицирует «путеводитель 50 Best Tastes of Russia» - не как произвольный набор цифровых и буквенных наименований, а как как хорошо знакомый, востребованный путеводитель, проект, благодаря которому люди системно получают полезную информацию - о ведущих производителях, направлениях отдыха (гастрономический туризм), ведущих мероприятиях в сфере и пр.;

- приведённая информация, подтверждаемая официальными сайтами и иными источниками, подтверждает использование товарного знака путеводитель «50 Best Tastes of Russia» в качестве активно используемого товарного знака, активно используемого информационного источника и партнера ведущих государственных учреждений, изданий, компаний по всей стране с сентября 2021 года.

На основании изложенного в возражении выражена просьба о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке № 2022779162 в отношении услуг 35 класса МКТУ: изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования маркетинговые; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через вебсайты; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; проведение коммерческих мероприятий; публикация рекламных текстов; реклама интерактивная в компьютерной сети; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; услуги по исследованию рынка и услуг 41 класса МКТУ: видеосъемка; издание книг; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация развлекательных мероприятий; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; проведение развлекательных мероприятий; производство фильмов, за исключением рекламных; редактирование текстов.

На заседании коллегии заявителем были представлены дополнительные материалы, касающиеся путеводителя 50 Best Taste of Russia.

Изучив материалы дела и заслушав участвующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (07.11.2022) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по регистрации товарных знаков, знаков обслуживания,

коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, свойство, качество, количество, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как не охраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не обладающим различительной способностью или состоящим только из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса (пункт 34 Правил). К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар. К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

В соответствии с пунктом 35 Правил указанные в пункте 34 настоящих Правил элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как не охраняемые элементы, если они не занимают в нем

доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

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

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

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


При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах 42, 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), смысловым (семантическим) признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) пункта 42 Правил.

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 производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.



Заявленное обозначение «» представляет собой комбинированный товарный знак, состоящий из надписи "50 Best Tastes of Russia", выполненной желтым цветом на черном фоне.

Согласно решению Роспатента заявленное обозначение зарегистрировано в качестве товарного знака для следующих услуг 41 класса МКТУ - аренда комнатных аквариумов; аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; макетирование публикаций, за исключением рекламных; организация и проведение спортивных мероприятий; организация спортивных состязаний; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; прокат тренажеров; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов; услуги в области электронного спорта; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги по оценке физического состояния для тренировок; услуги спортивных лагерей; хронометраж спортивных состязаний.

Как следует из возражения, в дополнение к этим услугам заявитель просит зарегистрировать заявленное обозначение также для части заявленных услуг 35 класса МКТУ - изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования маркетинговые; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через вебсайты; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; проведение

коммерческих мероприятий; публикация рекламных текстов; реклама интерактивная в компьютерной сети; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; услуги по исследованию рынка и услуг 41 класса МКТУ: видеосъемка; издание книг; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация развлекательных мероприятий; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; проведение развлекательных мероприятий; производство фильмов, за исключением рекламных; редактирование текстов.

Входящий в состав обозначения элемент «50 BEST» с учетом его смысловых значений, приведенных экспертизой (Best – лучший, 50 лучших) является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса как не обладающий различительной способностью, а также указывающий на качество испрашиваемых услуг хвалебного характера.

Кроме того, в решении Роспатента от 24.11.2023 о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022779162 указано на несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении испрашиваемых услуг ввиду сходства до степени смешения заявленного обозначения с товарными знаками [1-2] в отношении однородных услуг 35 и 41 классов МКТУ.

Товарный знак [1] представляет собой словесное обозначение «TASTE OF RUSSIA», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Знак [2] зарегистрирован, в частности, для услуг 35 класса МКТУ - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и

предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по связям с общественностью в рамках коммуникационной стратегии; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и

гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные

функции); услуги по сравнению цен; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая.



Товарный знак [2] представляет собой комбинированное обозначение со словесным элементом «Taste of Russia», выполненным стандартным шрифтом буквами латинского алфавита на двух строках, и изображением трех куполов. Знак зарегистрирован для следующих услуг 41 класса МКТУ - академии [обучение]; бронирование билетов на спектакли; видеосъемка; информация по вопросам воспитания и образования; клубы культурно-просветительные и развлекательные; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досугов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение семинаров; организация конкурсов учебных или развлекательных; организация развлечений на базах отдыха; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; представления театрализованные; развлечения; составление программ встреч [развлечение]; услуги образовательно-воспитательные; услуги по распространению билетов [развлечение]; шоу-программы.

Сравнительный анализ заявленного обозначения на тождество и сходство с товарными знаками показал следующее.

Анализ сходства обозначений осуществляется по результатам их сравнения по звуковому, графическому и смысловому критериям сходства на основании оценки признаков сходства, изложенных в Правилах. При этом следует учитывать, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов сопоставляемых обозначений. На необходимость учета сильных и слабых элементов обозначений обращено внимание в абзаце 5 пункта 162 Постановления Пленума

Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации».

В данном случае сильными элементами сравниваемых обозначений являются словесные элементы «TASTES OF RUSSIA/TASTE OF RUSSIA», поскольку эти элементы выполняют в сравниваемых знаках функцию товарного знака в обозначениях в отличие от присутствующих в заявленном обозначении неохраняемых элементов (50 BEST), графических элементов или в связи с тем, что этот элемент является единственным словесным элементом как в знаке [1]. Кроме того, словесные элементы легче запоминаются и именно на них акцентируют свое основное внимание потребители при восприятии товарных знаков.

Анализ сходства сильных элементов обозначений показал, что они являются сходными фонетически, что обусловлено полным фонетическим вхождением элемента «TASTE OF RUSSIA» в заявленное обозначение, а также совпадением большей части звуков и их одинаковым расположением в знаках. Кроме того, имеет место полное фонетическое вхождение в заявленное обозначение словесного элемента товарного знака [2] и словесных товарных знаков [4, 6].

Смысловое сходство обозначений обусловлено близостью смысловых значений сильных элементов сравниваемых обозначений в переводе на русский язык «ВКУСЫ РОССИИ/ВКУС РОССИИ».

Графические отличия, имеющиеся в исполнении заявленного обозначения и рассматриваемых противопоставленных товарных знаков, имеют второстепенное значение и не приводят к выводу о возможности признания несходными заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, поскольку вывод о фонетическом и смысловом сходстве является достаточным для признания сходства обозначений в целом, несмотря на их визуальные отличия. Вместе с тем, использование в сравниваемых обозначениях букв одного алфавита сближает их в визуальном плане.

Таким образом, с учетом изложенного коллегия пришла к выводу о сходстве сравниваемых обозначений, поскольку они ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения (пункт 162 Постановления Пленума Верховного суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10).

Для установления нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и заявленного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров.

Услуги 35 и 41 классов МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака, являются однородными услугам соответствующих классов противопоставленных знаков, поскольку они совпадают по виду (изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования маркетинговые; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; публикация рекламных текстов; реклама интерактивная в компьютерной сети; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; видеосъемка; организация конкурсов [учебных или развлекательных]), относятся к одним родовым группам услуг (коммерческие услуги, услуги рекламы, информационные услуги, образовательно-воспитательные услуги, развлечения, досуг и отдых, производство фильмов), имеют одинаковое назначение, один круг потребителей и одинаковые условия их оказания, а также являются взаимозаменяемыми и взаимодополняемыми.

В связи с признанием сравниваемых товарных знаков сходными между собой в целом, а также высокой степени однородности сопоставляемых услуг существует

принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности вышеуказанных услуг одному лицу, что способно вызвать смешение этих услуг в гражданском обороте на российском потребительском рынке товаров и услуг в случае маркировки их сравниваемыми знаками.

Что касается испрашиваемых услуг 41 класса МКТУ – «предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; редактирование текстов», то в отношении указанных услуг заявленное обозначение уже зарегистрировано в качестве товарного знака на основании решения Роспатента от 24.11.2023 о государственной регистрации товарного знака.

В отношении довода возражения об активном использовании заявленного обозначения, начиная с 2021 года, следует отметить, что факт использования обозначения до даты подачи заявки на регистрацию товарного знака не исключает возможности/опасности смешения сравниваемых обозначений потребителями.

Таким образом, вывод экспертизы о несоответствии обозначения по заявке № 2022779162 требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать обоснованным, в связи с чем заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении испрашиваемых услуг.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 09.01.2024, оставить в силе решение Роспатента от 24.11.2023.