

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 10.10.2022 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Инграт», Москва (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021719688, при этом установила следующее.

Регистрация обозначения «Grand Cru Wine Minded Restaurant» по заявке № 2021719688, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 05.04.2021, испрашивалась на имя заявителя в отношении услуг 35, 43 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 09.06.2022 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что:

- заявленное обозначение в целом не обладает различительной способностью для части заявленных услуг 43 класса МКТУ, а именно: «*кейтеринг; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; подача еды и напитков для гостей; подача еды и*

*напитков для гостей в бистро, Интернет-кафе и тематических кафе, включая места с повременной оплатой; рестораны; рестораны самообслуживания; туристические рестораны; услуги баров; услуги баров, винных баров и винотек, дегустационных залов; услуги по приготовлению пищи; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов европейской кухни; услуги ресторанов, включая рестораны быстрого питания и рестораны продленного обслуживания; услуги ресторанов, занимающихся доставкой на дом; услуги ресторанов с едой "на вынос"», поскольку указывает на видовое наименование предприятия, назначение, способ оказания данных услуг («Grand Cru» в переводе с французского языка означает «урожай с превосходного участка земли» (<https://wineclass.citylady.ru/grand-cru.htm>), представляет собой всемирно известное обозначение, позволяющее идентифицировать вина, произведенные с лучших виноградников, обладающие определенным качеством и имеющие особые характеристики (см. <https://gcc-1855.fr/ru>); «Wine Minded» в переводе с английского языка означают «ориентированный на вино» (см. <https://translate.google.ru>); «Restaurant» в переводе с английского языка означает «ресторан» (см. <https://translate.google.ru>) – предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и других видов напитков, кондитерских и хлебобулочных изделий, покупных товаров (см. ГОСТ 30389-2013 <https://docs.cntd.ru/document/1200107325>), в связи с чем не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса;*

*- в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ и остальной части заявленных услуг 43 класса МКТУ заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку может ввести потребителя в заблуждение относительно вида, назначения, свойств заявленных услуг;*

- заявленное обозначение сходно до степени смешения со знаком «**GRAND CRU CLASSE en 1855**» по международной регистрации № 1062746 с датой приоритета от 10.09.2012, зарегистрированным на имя Conseil des Grands Crus Classes en 1855 (Medoc & Sauternes), Франция, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ.

В возражении, поступившем 10.10.2022, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 09.06.2022. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявителем был сокращен перечень истребуемых услуг, в частности из него был полностью исключен 35 класс МКТУ;

- заявитель просит внести изменения в заявленное обозначение и зарегистрировать заявленное обозначение в измененном виде, а именно:

**Grand Cru**  
«**Wine Minded Restaurant**»;

- перенос словесного элемента «**Grand Cru**» на отдельную строку оставляет единственное возможное восприятие, где «**Grand Cru**» является средством маркировки ресторана и услуг общественного питания;

- на имя заявителя зарегистрированы товарные знаки «**Grand Cru**» по свидетельству № 877621 с приоритетом от 15.12.2020, «**Гранд Крю**» по свидетельству № 877622 с приоритетом от 15.12.2020, «**Gran Cru**» по свидетельству № 877623 с приоритетом от 15.12.2020, «**Гран Крю**» по свидетельству № 877641 с приоритетом от 15.12.2020, что свидетельствует о последовательном признании Роспатентом охраноспособности элемента «**Grand Cru**» заявленного обозначения;

- заявитель просит принять во внимание фактические сведения о длительности и интенсивности использования заявленного обозначения до даты подачи заявки № 2021719688;

- заявитель совместно с ООО Компания «СИМПЛ» и ООО «Лагрейн» использует заявленное обозначение для ресторана «**Grand Cru**» и деятельности, связанной с управлением рестораном;

- ресторан «Grand Cru», расположенный по адресу 123104, г. Москва, Малая Бронная, 22, стр. 2, начал осуществлять деятельность с 2006 года;

- в целях продвижения услуг, оказываемых под заявленным обозначением со словесным элементом «Grand Cru», заявителем были осуществлены различные рекламные и маркетинговые мероприятия;

- информация о ресторане неоднократно публиковалась в периодических печатных изданиях;

- среди ресторанов, получивших звезду Мишлен, был и «Grand Cru», о чем также указано на официальном сайте <https://guide.michelin.com/>;

- российские потребители знают заявителя, ресторан «Grand Cru» и, следовательно, используемое им заявленное обозначение и активно обсуждают на различных форумах;

- заявленное обозначение является фантастичным в отношении услуг 43 класса МКТУ и соответствует положениям пункту 1 статьи 1483 Кодекса;

- правовая охрана заявленного обозначения не испрашивается в отношении вин и иных алкогольных напитков (33 класс МКТУ), для которых в оспариваемом решении установлено восприятие элемента «Grand Cru» в качестве идентифицирующего вина, произведенные с лучших виноградников, обладающие определенным качеством и имеющие особые характеристики;

- словесные элементы «Grand», «Wine», «Minded» и «Restaurant» заявленного обозначения являются лексическими единицами английского языка, в то время как слово «Cru» с высокой долей вероятности будет расценено российским потребителем как фантастичный словесный элемент, не имеющий собственного семантического значения;

- фантастичность словесного элемента «Grand Cru» для российских потребителей в отношении таких услуг 43 класса МКТУ, как услуги ресторанов и кафе, подтверждается проведенным социологическим опросом (Заключение № 09-2022 от «16» февраля 2022 г., подготовленное лабораторией социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН);

- ассоциации, возникающие у российского потребителя в отношении словесного элемента «Grand Cru», существенно отличаются от выводов, сделанных Роспатентом в оспариваемом решении;

- словесные элементы «Grand Cru» выступают именно в качестве фантастического наименования заведения общественного питания, а не как характеристика вин;

- сочетание элементов «Wine», «Minded» и «Restaurant» может быть воспринято потребителем как «ресторан, мыслящий вином», «вино, думающее о ресторане», «ресторан, ориентированный на вино»;

**Grand Cru**

- смысл обозначения «**Wine Minded Restaurant**» не может быть понятен потребителю без дополнительных рассуждений и домысливания, так как требует наличия особых знаний, а также владения английским языком.

На основании изложенного заявитель просил отменить решение Роспатента от

**Grand Cru**

09.06.2022 и зарегистрировать обозначение «**Wine Minded Restaurant**» в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг 43 класса МКТУ.

В подтверждение вышеуказанных доводов заявителем представлены следующие материалы:

1. Копия соглашения от 15.12.2020 о сотрудничестве по использованию товарных знаков «Gran Cru» / «Grand Cru» / «Гран Крю» / «Гранд Крю» между ООО «Инграт» и ООО Компания «Симпл».

2. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Лагрейн», имеющего лицензию на розничную продажу алкогольной продукции с 2015 г.

3. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Альянко», имеющего лицензию на розничную продажу алкогольной продукции с 2021 г.

4. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Инграт», созданного в 2002 г., юридически связанного с ООО «Лагрейн» и ООО «Альянко».

5. Распечатка сведений сервиса «Whois» в отношении домена GRANDCRU.RU, зарегистрированного на имя ООО «Лагрейн».

6. Распечатка сведений в отношении товарных знаков по свидетельствам №№ 639246, 782469, 822561, зарегистрированных на имя ООО «Инграт».

7. Копия договора от 27.07.2005 и дополнительных соглашений к нему об аренде ООО «Альянко» помещений по адресу: Москва, ул. М. Бронная, д. 22, стр. 2 – для целей размещения бухгалтерии, склада, комнаты персонала, кладовой, служебных комнат, моечных, торгового зала, кухни.

8. Справка от 04.02.2022 № 64 о расходах на рекламу с приложением.

9. Распечатка статьи «Список ресторанов Москвы, отмеченных звёздами «Мишлен», [https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=Список\\_ресторанов\\_Москвы,\\_отмеченных\\_звездами\\_«Мишлен»&oldid=118019001](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=Список_ресторанов_Москвы,_отмеченных_звездами_«Мишлен»&oldid=118019001).

10. Распечатка с сайта <https://guide.michelin.com>.

11. Копии договоров от 25.09.2020, 01.08.2019, 15.03.2020, 04.09.2020, 06.10.2020, 02.09.2020, 12.08.2020, 17.01.2020, 06.08.2019, 05.08.2019, 01.11.2019, 03.12.2019, 01.08.2019, 01.12.2019, 01.10.2019, 06.05.2020, 29.09.2020, 29.11.2019, 11.09.2020, 08.07.2020, 09.01.2020, 03.11.2020, 04.12.2019, 01.06.2020, 08.06.2021 о поставке продуктов питания (продовольственных товаров) в адрес ООО «Альянко».

12. Копии договоров от 15.10.2020, 17.05.2021 об оказании в пользу ООО «Альянко» услуг, в том числе, связанных с меню и рецептурой блюд в ресторане «Гран Крю»/«Grand Cru» (Москва, ул. М. Бронная, д. 22, стр. 2).

13. Статья «Кетглас, Адриан», [https://ru.wikipedia.org/wiki/Кетглас,\\_Адриан](https://ru.wikipedia.org/wiki/Кетглас,_Адриан).

14. Публикация от 01.06.2021 «Ресторан Grand Cru в июне представит нового бренд-шефа», <https://www.gq.ru/entertainment/restoran-grand-cru-v-iune-predstavit-novogo-brend-shefa>.

15. Скриншоты результатов поисковых запросов «Grand Cru», отзывов в сети Интернет.

16. Копия Заключения Лаборатории социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН № 09-2022 от «16» февраля 2022 г. по вопросу различительной способности обозначения «Grand Cru» для услуг ресторанов и кафе.

17. Распечатка сведений о заявке № 2021719688.

18. Копия решения об отказе в государственной регистрации товарного знака.

19. Заявление о внесении изменений в заявленное обозначение.

В соответствии с просьбой заявителя от 12.10.2022 в материалы заявки № 2021719688 внесены изменения. Заявленное обозначение, согласно уведомлению

**Grand Cru**  
**Wine Minded Restaurant**

от 16.12.2022, изменено следующим образом: « **Grand Cru**  
**Wine Minded Restaurant** ».

На заседании коллегии от 21.12.2022 заявителям были представлены дополнительные пояснения к возражению, согласно которым заявитель счел возможным дополнительно сократить заявленный перечень до части услуг 43 класса МКТУ.

Заявителем обращено внимание на то, что сочетание «Wine Minded Restaurant», выполненное буквами английского алфавита, может быть воспринято российским потребителем в качестве фантазийного, поскольку имеет различные переводы: «ресторан со склонностью к вину», «ресторан, ориентированный на красное», «ресторан, имеющий склонность угождать вином», «ресторан с винным характером».

По мнению заявителя, словосочетание «Wine Minded Restaurant» является семантически связанной конструкцией и может быть включено в состав товарного знака в качестве охраняемого элемента. Одновременно заявитель отметил возможность указания данного элемента в качестве неохраняемого.

С учетом изложенного в дополнении выражена просьба о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для услуг 43 класса МКТУ – *«кейтеринг; услуги общественного питания; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; подача еды и напитков для гостей; подачи еды и напитков для гостей в бистро, Интернет-кафе, винотеках, ресторанах и тематических кафе, включая места с повременной оплатой; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны*

*самообслуживания; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; туристические рестораны; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги баров, винных баров и винотек, дегустационных залов; услуги кальянных; услуги пабов; услуги по приготовлению пищи; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вишоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов европейской кухни; услуги ресторанов, включая рестораны быстрого питания и рестораны продленного обслуживания; услуги ресторанов, занимающихся доставкой на дом; услуги ресторанов с едой "на вынос"».*

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (05.04.2021) заявки № 2021719688 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его оханоспособности включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 3 пункта 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, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объема реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявлении обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикация в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

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

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1500 Кодекса в период рассмотрения возражения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности заявитель может внести в документы заявки изменения, которые допускаются в соответствии с пунктами 2 и 3 статьи 1497 Кодекса, если такие изменения устраняют причины, послужившие единственным основанием для отказа в государственной регистрации товарного знака, и внесение таких изменений позволяет принять решение о государственной регистрации товарного знака.

В качестве товарного знака по заявке № 2021719688 испрашивается

**Grand Cru  
Wine Minded Restaurant**

регистрация словесного обозначения «**Grand Cru  
Wine Minded Restaurant**», выполненного стандартным шрифтом буквами латинского алфавита в две строки. Перечень услуг, для которых испрашивается регистрация заявленного обозначения, скорректирован заявителем в пояснениях от 21.12.2022.

Вывод оспариваемого решения о несоответствии заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса обоснован его сходством до степени смешения со знаком «**GRAND CRU CLASSE en 1855**» по международной регистрации № 1062746, охраняемым на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ – «publicité, diffusion d'annonces publicitaires, diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons), étude de marché, organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité, promotion des ventes pour des tiers, diffusion d'annonces publicitaires, location d'espaces publicitaires, publicité en ligne sur un réseau informatique, publicité par correspondance, publicité radiophonique, publicité télévisée, relations publiques» (реклама, рассылка рекламных объявлений, рассылка рекламных материалов (листовок, проспектов, печатных изданий, образцов), исследование рынка, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, стимулирование сбыта для третьих лиц, рассылка рекламных объявлений, аренда рекламных площадей, онлайн-реклама в компьютерной сети, реклама по почте, реклама на радио, телевизионная реклама, связи с общественностью), услуг 41 класса МКТУ – «education; formation; publication de livres; production de films sur bandes vidéo; services de photographie; organisation de concours (éducation ou divertissement);

organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs; publication électronique de livres et de périodiques en ligne; micro-édition» (*образование; обучение; книгоиздание; производство фильмов на видеокассетах; фотоуслуги; организация конкурсов (образовательных или развлекательных); организация и проведение симпозиумов, конференций или конгрессов; организация выставок в культурных или образовательных целях; электронная публикация книг и периодических изданий в интернете; микропубликации*) и услуг 42 класса МКТУ – «services juridiques rendus par une association de viticulteurs à ses members» (*юридические услуги, предоставляемые ассоциацией виноделов своим членам*) (<https://translate.yandex.ru/>).

Заявитель не опровергал вывод о сходстве заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, однако указал на то, что более не испрашивает правовую охрану заявленного обозначения для услуг 35 класса МКТУ.

С учетом корректировки испрашиваемого заявителем перечня услуг до части услуг 43 класса МКТУ, указанный знак по международной регистрации № 1062746 более не препятствует регистрации заявленного обозначения.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение в связи с внесенными изменениями включает слова французского и английского языков, расположенные на разных строках, что обуславливает необходимость оценки охраноспособности элементов «Grand Cru» и «Wine Minded Restaurant» по-отдельности.

Входящий в состав заявленного обозначения элемент «Grand Cru» в переводе с французского языка на русский означает «урожай с превосходного участка земли» (<https://wineclass.citylady.ru/grand-cru.htm>), представляет собой всемирно известное обозначение, позволяющее идентифицировать вина, произведенные с лучших виноградников, обладающие определенным качеством и имеющие особые характеристики (см. <https://gcc-1855.fr/ru>).

Элемент «Wine Minded Restaurant» состоит из слов «Wine Minded», в переводе с английского языка означающих «ориентированный на вино» (см.

<https://translate.google.ru>), и «Restaurant», в переводе с английского языка означающего «ресторан» (см. <https://translate.google.ru>) – предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и других видов напитков, кондитерских и хлебобулочных изделий, покупных товаров (см. ГОСТ 30389-2013 <https://docs.cntd.ru/document/1200107325>).

Довод заявителя о различных семантических значениях словосочетания «Wine Minded Restaurant» принят во внимание, однако, все они синонимичны и несут поясняющую нагрузку, характеризуя ресторан, индивидуализируемый доминирующим элементом обозначением «Grand Cru».

Следует также обратить внимание на то, что слово «Restaurant» хорошо известно российским потребителям, фонетически близко слову «ресторан», и его восприятие потребителями в качестве описательного представляется очевидным. Словосочетание «Wine Minded», хотя и содержит слово «Minded», которое может быть истолковано в представленных заявителем вариантах, однако, с очевидностью связано со словом «Wine», значение которого также следует признать доступным для понимания средним российским потребителем.

В связи с указанными значениями, установленными в оспариваемом решении, заявителем обращено внимание на то, что заявленный перечень не относится к товарам «вина» 33 класса МКТУ, включает услуги, связанные с деятельностью ресторана.

Действительно, товары 33 класса МКТУ в испрашиваемом заявителем перечне отсутствуют. Вместе с тем, руководствуясь принятой методологией, коллегия отмечает необходимость установить вероятность восприятия потребителями элемента «Grand Cru» и элемента «Wine Minded Restaurant» по-отдельности и в их взаимосвязи как описательных применительно к каждой категории испрашиваемых услуг.

При анализе испрашиваемых услуг коллегия приняла во внимание довод пояснения о том, что заявитель более не претендует на правовую охрану

заявленного обозначения для услуг «прокат осветительной аппаратуры», «услуги кальянных» (абзац первый стр. 2 пояснений от 21.12.2022), но в то же время обращает внимание заявителя на наличие услуг «услуги кальянных» в перечне, представленном в просительной части пояснений (стр. 3 пояснений от 21.12.2022).

Испрашиваемые заявителем услуги «кейтеринг; услуги общественного питания; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; подача еды и напитков для гостей; подачи еды и напитков для гостей в бистро, Интернет-кафе, ресторанах и тематических кафе, включая места с повременной оплатой; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; туристические рестораны; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги кальянных; услуги пабов; услуги по приготовлению пищи; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов винокур; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов европейской кухни; услуги ресторанов, включая рестораны быстрого питания и рестораны продленного обслуживания; услуги ресторанов, занимающихся доставкой на дом; услуги ресторанов с едой "на вынос"» представляют собой услуги по организации питания. Для данных услуг элемент «Grand Cru» не ориентирует относительно вида, назначения или свойств услуг, его рассмотрение как описательного требует домысливания. Следовательно, для названных услуг спорный элемент следует признать фантазийным в целом.

В то же время услуги «услуги подачи еды и напитков для гостей в винотеках, включая места с повременной оплатой; услуги винных баров и винотек, дегустационных залов» непосредственно связаны с товарами «вины» (дегустационный зал – это часть винодельни или пивоварни, обычно расположенная на территории производственных мощностей винодельни или пивоварни, где гости могут попробовать продукцию винодельни или пивоварни –

<https://www.todrink.ru/blogs/stati/chto-takoe-degustatsionnyy-zal?ysclid=lcthkzv2ny353769758>; винотека – собрание коллекционных вин, см. Словарь Ожегова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/23850>), вследствие чего для таких услуг существует возможность восприятия элемента «Grand Cru» в качестве описательного, характеризующего такие услуги, что является основанием для вывода о несоответствии названного элемента «Grand Cru» пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса.

Для испрашиваемых заявителем услуг *«кейтинг; услуги общественного питания; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; подача еды и напитков для гостей; подачи еды и напитков для гостей в бистро, Интернет-кафе, винотеках, ресторанах и тематических кафе, включая места с повременной оплатой; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; туристические рестораны; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги баров, винных баров и винотек, дегустационных залов; услуги пабов; услуги по приготовлению пищи; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов европейской кухни; услуги ресторанов, включая рестораны быстрого питания и рестораны продленного обслуживания; услуги ресторанов, занимающихся доставкой на дом; услуги ресторанов с едой "на вынос"»* представляющих собой услуги предприятий питания и связанные с ними услуги, элемент «Wine Minded Restaurant» является указывающим на видовое наименование предприятия, назначение, способ оказания данных услуг, что приводит к признанию его несоответствующим пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса.

Исходя из вышесказанного, коллегия не усматривает оснований для признания словосочетания «Wine Minded Restaurant» фантазийным в целом по причине его описательной роли в составе обозначения как характеристики ресторана, ориентированного на вино, что свидетельствует о правомерности вывода

оспариваемого решения о несоответствии данного элемента пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса для части услуг 43 класса МКТУ, перечисленных выше.

В отношении услуг «*службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги кальянных*», относящихся к услугам предприятий иного вида и назначения, элемент «Restaurant» и, как следствие, обозначение в целом, является не соответствующим пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку представляет собой ложное указание.

Таким образом, коллегией установлено, что:

- заявленное обозначение в целом для услуг «*услуги подачи еды и напитков для гостей в винотеках, включая места с повременной оплатой; услуги винных баров и винотек, дегустационных залов*» состоит из неохраняемых элементов и не соответствует пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса;

- для услуг «*кеитеринг; услуги общественного питания; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; подача еды и напитков для гостей; подачи еды и напитков для гостей в бистро, Интернет-кафе, винотеках, ресторанах и тематических кафе, включая места с повременной оплатой; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; туристические рестораны; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги баров, винных баров и винотек, дегустационных залов; услуги пабов; услуги по приготовлению пищи; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов европейской кухни; услуги ресторанов, включая рестораны быстрого питания и рестораны продленного обслуживания; услуги ресторанов, занимающихся доставкой на дом; услуги ресторанов с едой "на вынос"» элемент «Wine Minded Restaurant» не соответствует пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса;*

- для услуг «*службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]*; услуги кальянных» элемент «Restaurant» не соответствует пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса такие элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Принимая во внимание изменение композиции заявленного обозначения

**Grand Cru**  
**«Wine Minded Restaurant»**, а также смысловые значения слов, входящих в его состав, следует отметить, что словосочетание «Wine Minded Restaurant» размещено в нижней части обозначения, в то время как именно элемент «Grand Cru» является доминирующим элементом обозначения. При таких обстоятельствах на основании абзаца шестого пункта 1 статьи 1483 Кодекса словосочетание «Wine Minded Restaurant» может быть включено в товарный знак, регистрируемый в отношении части услуг 43 класса МКТУ, как неохраняемый элемент, что соответствует ожиданиям заявителя, согласно пояснениям от 21.12.2022.

В соответствии с пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Применимость положений пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, исходя из анализа, приведенного в настоящем заключении, может быть рассмотрена в отношении испрашиваемых услуг «*услуги подачи еды и напитков для гостей в винотеках, включая места с повременной оплатой; услуги винных баров и винотек, дегустационных залов*».

В отношении указаний подпункта 2 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса следует отметить, что они в данном случае не применимы к заявленному обозначению в силу того, что само по себе расположение элементов в пространстве не приводит к

образованию комбинации, обладающей различительной способностью. Расположение элементов словесного обозначения на двух строках является типичным для товарных знаков и направлено на акцентирование внимание потребителя в первую очередь на элемент, расположенный в начале. Таким образом, комбинация неохраняемых элементов заявленного обозначения не может быть признана обладающей различительной способностью.

Что касается положений подпункта 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, то заявителем представлены сведения о юридических лицах, составляющих группу компаний СИМПЛ, сведения о сайте в сети Интернет, где размещается информация о ресторане «Grand Cru», договоры и справки, относящиеся к аренде помещения, поставке продуктов питания, разработке меню, к затратам на рекламу и продвижение ресторана в средствах массовой информации, отзывы потребителей, а также результаты опроса потребителей по вопросу различительной способности обозначения «Grand Cru».

Оценивая известность обозначения «Grand Cru» среди потребителей, в рамках социологического опроса респондентам было продемонстрировано словесное обозначение «Grand Cru» и задан вопрос о том, встречалась ли данное обозначение, используемое на вывеске (вопрос № 3 анкеты). Из общего числа опрошенных ( $N=500$ ) 58 % ответили, что встречали такое обозначение, используемое на вывеске, при этом 42 % респондентов ответили отрицательно.

На вопрос о том, когда потребители познакомились с обозначением «Grand Cru», потребителям были предложены варианты ответов, из которых только часть может быть соотнесена с периодом, предшествующим дате подачи рассматриваемой заявки, а именно периоды: 2006-2010, 2011-2015, 2016-2020. Таким образом, лишь 39 % опрошенных из числа тех, кто знаком с рассматриваемым обозначением ( $N=290$ ), узнали о нем ранее даты подачи заявки № 2021719688, что не является высоким показателем.

Сведения об отзывах потребителей иллюстрируют единичные комментарии и не подтверждают известность, возникшую в результате использования заявителям заявленного обозначения.

Договоры в отношении аренды помещения, а также поставки продуктов питания относятся к подготовке к оказанию услуг ресторанов. При этом соглашение участников группы компаний по вопросу использования средств маркировки ресторана заключено незадолго до даты подачи заявки № 2021719688.

Следует учитывать, что деятельность ресторана связана с местом его расположения, в то время как регистрация обозначения испрашивается на всей территории Российской Федерации.

При этом все представленные заявителем документы относятся к деятельности ресторана «Grand Cru» в отсутствии конкретизации оказываемых в ресторане услуг как услуг винотек, услуг винных баров и дегустационных залов, в то время как приобретение различительной способности рассматривается в отношении того перечня услуг, для которого обозначение в целом, а также элемент «Grand Cru» признаны неохраняемыми. Доказательств, свидетельствующих о приобретении элементом «Wine Minded Restaurant» в составе заявленного обозначения различительной способности, в материалы дела не представлено.

Резюмируя сказанное, у коллегии не имеется оснований для признания заявленного обозначения приобретшим различительную способность качестве средства индивидуализации услуг «услуги подачи еды и напитков для гостей в винотеках, включая места с повременной оплатой; услуги винных баров и винотек, дегустационных залов» 43 класса МКТУ, следовательно, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано для этих услуг на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано для услуг «службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги кальянных» на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В отношении иных услуг испрашиваемого перечня (кейтеринг; услуги общественного питания; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и

*напитками; закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; подача еды и напитков для гостей; подачи еды и напитков для гостей в бистро, Интернет-кафе, ресторанах и тематических кафе, включая места с повременной оплатой; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; туристические рестораны; украшение еды; украшение тортов; услуги баров<sup>1</sup>; услуги пабов; услуги по приготовлению пищи; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов европейской кухни; услуги ресторанов, включая рестораны быстрого питания и рестораны продленного обслуживания; услуги ресторанов, занимающихся доставкой на дом; услуги ресторанов с едой "на вынос") заявленное обозначение может быть зарегистрировано в целом с указанием элемента «Wine Minded Restaurant» в качестве неохраняемого.*

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

**удовлетворить возражение, поступившее 10.10.2022, отменить решение Роспатента от 09.06.2022 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2021719688.**

---

<sup>1</sup> Дублируется при исключении услуг «услуги винных баров и винотек, дегустационных залов» из ранее заявленной услуги «услуги баров, винных баров и винотек, дегустационных залов».