

**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 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 21.03.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ТАКСИМ», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №903486, при этом установлено следующее.

Регистрация словесного товарного знака «ТАКСИММАЙДАН» по свидетельству №903486 с приоритетом от 05.05.2022 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 10.11.2022 по заявке №2022729280 на имя Общества с ограниченной ответственностью «АМАЛЬ-ГРУПП», Московская область, г. Котельники (далее – правообладатель), в отношении услуг 43 класса МКТУ, указанных в перечне регистрации.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 21.03.2025, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №903486 произведена с нарушением требований пунктов 3, 6, 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- ООО «ТАКСИМ» владеет сетью ресторанов турецкой кухни «Taksim» в Москве;
- «Taksim» берет свое название от знаменитой площади в Стамбуле и ностальгического трамвайчика, который курсирует по этой площади;
- рестораны «Taksim» в Москве предлагают разнообразное меню, вдохновлённое турецкой кухней, с акцентом на традиционные блюда и атмосферу современного восточного интерьера;
- потребители идентифицируют коммерческое обозначение «Taksim» непосредственно с ООО «ТАКСИМ»;
- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам №№879993, 1000875, 710393, 945005, правовая охрана которым предоставлена в отношении услуг 43 класса МКТУ, принадлежащими лицу, подавшему возражение;
- в связи со сходством до степени смешения оспариваемого товарного знака с товарными знаками ООО «ТАКСИМ» имеется обеспокоенность возможностью смешения товарных знаков потребителями в отношении лица, оказывающего услуги;
- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с товарными знаками лица, подавшего возражение, поскольку характеризуются фонетическим, визуальным и семантическим сходством, что может вызывать у потребителей представление о принадлежности данных обозначений одному лицу;
- сравнительный анализ перечней, в отношении которых зарегистрированы оспариваемый товарный знак и товарные знаки лица, подавшего возражение, позволил выявить, что оспариваемый товарный знак охраняется для услуг, однородных услугам, в отношении которых зарегистрированы более ранние противопоставленные товарные знаки;
- регистрация оспариваемого товарного знака потенциально нарушает положения пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку способна ввести в заблуждение потребителя относительно лица, оказывающего услуги.

На основании изложенного лица, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №903486 недействительным в отношении услуг 43 класса МКТУ.

С возражением были представлены следующие материалы:

1. Распечатка сведений о товарном знаке №903486 из официального реестра товарных знаков Российской Федерации - 2 л.;

2. Распечатка сведений о сети ресторанов «ТАКСИМ», принадлежащих лицу, подавшему возражение, с официального сайта <https://taksim.ru> - 2 л.;

3. Распечатка информации о концепции названия ресторанов «ТАКСИМ» с официального сайта <https://taksim.ru> - 1 л.;

4. Распечатка отзывов о деятельности заявителя из открытых источников - 5л.;

5. Распечатка сведений о товарном знаке №879993 из официального реестра товарных знаков Российской Федерации - 2 л.;

6. Распечатка сведений о товарном знаке №1000875 из официального реестра товарных знаков Российской Федерации - 2 л.;

7. Распечатка сведений о товарном знаке №710393 из официального реестра товарных знаков Российской Федерации - 2 л.;

8. Распечатка сведений о товарном знаке №945005 из официального реестра товарных знаков Российской Федерации - 2 л.;

9. Распечатка сведений об использовании правообладателем словесного обозначения «ТАКСИММАЙДАН» с официального сайта <https://taksinmiavdan.ru> - 1 л.;

10. Распечатка результатов поисковой выдачи по запросам «таксим», «Taxim» и «Taksim» - 6 л.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему:

- сравнительный анализ оспариваемого обозначения и противопоставленных товарных знаков показал, что сравниваемые товарные знаки имеют ряд существенных отличий по фонетическому, графическому и семантическому критериям сходства;

- мнение лица, подавшего возражение, относительно того, что элемент

«MAYDAN» не будет оказывать существенного влияния, следует признать ошибочным. Это вполне значимая в звуковом плане часть слова, состоящая из двух слогов, способная внести существенные звуковые различия не только по протяженности звучания и количеству звуков, но и влияющая на формирование слогов, ввиду чего следует говорить о значительных фонетических различиях сравниваемых словесных обозначений в целом;

- следует отметить незначительное сходство за счёт совпадения начальной части, но важно отметить и графические отличия за счёт использования в словесном обозначении «TAKSIMMAYDAN» большего количества букв, ввиду чего обозначение визуально длиннее. Кроме того, в несовпадающей части «MAYDAN»;

- анализируя обозначения с точки зрения семантики, следует обратиться к справочной литературе, так как сравниваемые словесные обозначения не являются общими словами, смысл которых понятен рядовому потребителю;

- слово «TAKSIM», являясь многозначным словом, не может напрямую ассоциироваться с площадью Таксим в Турции. В прямом переводе на русский язык это слово означает «делёж», также есть такой музыкальный термин, также стамбульский микрорайон, станция метро... Кроме того, данное слово не является единицей русского языка, поэтому рядовым российским потребителем оно вполне может быть воспринято как изобретенное. И лишь в сочетании с элементом «майдан» можно понять, что это название площади. Но и тут для русскоязычного потребителя, не знакомого с территориальным делением Стамбула, словесное обозначение «TAKSIMMAYDAN», воспроизведенное как [таксимайдан], созвучное с известными русскому потребителю словами «такси» и «майдан», может быть воспринято ассоциативно как «площадь такси»;

- элемент «MAYDAN» играет важную роль и в словообразовании, оказывая значительное влияние на смысловую окраску всего обозначения, позволяет рассматривать обозначение «TAKSIMMAYDAN» семантически отличным от обозначения «TAKSIM»;

- оспариваемый товарный знак «TAKSIMMAYDAN» интенсивно и длительное время (более трех лет) используется ООО «АМАЛЬ-ГРУПП». Правообладателю принадлежат 4 ресторана в Москве, которые славятся турецкой кухней;

- многочисленные отзывы посетителей свидетельствуют о том, что название «ТАКСИММАЙДАН» завоевало популярность и прочно связано с правообладателем ООО «АМАЛЬ-ГРУПП»;

- обозначение «ТАКСИММАЙДАН» не содержит ложных или вводящих потребителя в заблуждение сведений относительно товара или его изготовителя. Наоборот, обозначение «ТАКСИММАЙДАН» прочно ассоциируется с правообладателем - ООО «АМАЛЬ-ГРУПП». Поэтому нельзя сделать вывод о том, что обозначение «ТАКСИММАЙДАН» будет дезориентировать потребителя при оказании услуг 43 класса МКТУ;

- принимая во внимание выводы о несходстве сравниваемых товарных знаков, следует сделать вывод и о несходстве оспариваемого товарного знака «ТАКСИММАЙДАН» с фирменным наименованием ООО «ТАКСИМ».

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения, поступившего 21.03.2025 и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №903486.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета товарного знака (05.05.2022) правовая база для рассмотрения заявления 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 июля 2015 г. №482 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 1 - 5, 8 и 9 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Согласно положению пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарного знака обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в

заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

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

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

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, в частности, предусмотренным подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса может быть подано заинтересованным лицом.

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.

Регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в настоящем пункте, допускается только с согласия правообладателя.

В соответствии с пунктом 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 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым

(фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

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

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

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

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. 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).

Согласно пункту 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.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №903486 представляет собой словесное обозначение «ТАКСИММАЙДАН», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительной предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Обосновывая свою заинтересованность при подаче настоящего возражения поданное ООО «ТАКСИМ» ссылается на возможность введения потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, маркированные обозначением «ТАКСИММАЙДАН», поскольку им осуществляется хозяйственная деятельность с использованием сходного обозначения в области предоставления услуг в сфере общественного питания, что соотносится с услугами 43 класса МКТУ оспариваемого товарного знака.

Кроме того, лицу, подавшему возражение, принадлежат исключительные права на товарный знак «ТАКСИМ» по свидетельству №879993, товарный знак «ТАКСИМ ЭКСПРЕСС» по свидетельству №1000875, товарный знак «ТАКСИМ»



по свидетельству №710393, товарный знак «  » по свидетельству №945005, правовая охрана которым предоставлена в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Также, лицо, подавшее возражение, указывает на несоответствие оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, как являющегося сходным с отличительной частью фирменного наименования «ТАКСИМ», которое использовалось лицом, подавшим возражение до даты приоритета оспариваемого товарного знака в сфере деятельности, связанной с предоставлением услуг в области общественного питания, однородных услугам 43 класса МКТУ, содержащимся в перечне товарного знака по свидетельству №903486.

В связи с этим ООО «ТАКСИМ» признано заинтересованным лицом в подаче возражения по основаниям, предусмотренным пунктами 3, 6, 8 статьи 1483 Кодекса в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Относительно доводов лица, подавшего возражение, о том, что регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству №903486 произведена с нарушением положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №903486 сам по себе не может вводить потребителя в заблуждение ни относительно услуг, ни относительно места оказания услуг, кроме того, он не несет в себе информации относительно лица, оказывающего услуги.

Способность введения потребителей в заблуждение, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре (услуге) и его (её) изготовителе. Такая способность может возникнуть в результате ассоциаций с иным производителем или свойством товара (услуги), основанных на предшествующем опыте.

Однако, документов, подтверждающих факт того, что потребители принимают услуги, маркированные оспариваемым товарным знаком, за услуги лица, подавшего возражение, не представлено.

Лицом, подавшим возражение, не показано, что до даты приоритета оспариваемого товарного знака данное лицо осуществляло свою деятельность в сфере оказания услуг 43 класса МКТУ под обозначением сходным с оспариваемым товарным знаком.

Так, документов, подтверждающих факт того, что потребители смешивают услуги, маркированные оспариваемым товарным знаком, с услугами лица, подавшего возражение, не представлено, поскольку представленные документы не показывают территорию распространения услуг; объемы затрат на рекламу, а также сведения об информированности потребителя об услугах, предоставляемых лицом, подавшим возражение, маркированных обозначением сходным с оспариваемым товарным знаком, в связи с чем не могут свидетельствовать о том, что при восприятии оспариваемого обозначения потребитель будет ассоциировать услуги, маркированные таким обозначением, с лицом, подавшим возражение.

Лицом, подавшим возражение, указывается на то, что его продукция является очень известной на территории Российской Федерации, однако документов подтверждающих известность своей продукции представлено не было.

Представленная распечатка сведений об использовании правообладателем словесного обозначения «TAKSIMMAYDAN» <https://taksinmiavdan.ru> [9] является неактивной, в связи с чем, данная информация не может свидетельствовать о приобретении услуг, лица, подавшего возражение, широкой известности на территории Российской Федерации до даты подачи заявки на оспариваемый товарный знак.

Таким образом, основания для признания предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №903486 недействительным на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса отсутствуют.

Относительно доводов лица, подавшего возражение, о том, что регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству №903486 произведена с

нарушением положений пункта 8 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

С учетом требований пункта 8 статьи 1483 Кодекса несоответствие товарного знака данной норме может быть установлено при наличии совокупности ниже перечисленных признаков:

- обозначение должно быть тождественным или сходным до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием;
- право на фирменное наименование возникло ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака;
- фирменное наименование используется в отношении однородных товаров (услуг).

Коллегия отмечает, что собственно наименование обратившегося с возражением юридического лица сходно с оспариваемым товарным знаком. Сходство сравниваемых средств индивидуализации обусловлено фонетическим сходством словесных элементов «ТАКСИМ»/«TAKSIMMAYDAN».

Вместе с тем, не было представлено документов о том, когда возникло право лица, подавшего возражение, на фирменное наименование «ТАКСИМ».

Кроме того, только возникновения права на фирменное наименование недостаточно для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку. Так, выступая в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, юридическое лицо должно осуществлять деятельность в отношении товаров и услуг, однородных оспариваемому товарному знаку.

Лицом, подавшим возражение, не представлено сведений о факте оказания им услуг до даты приоритета оспариваемого товарного знака.

Указанное не позволяет признать правомерным утверждение лица, подавшего возражение, о том, что предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №903486 произведено в нарушение пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, анализ товарного знака по свидетельству №903486 на предмет его соответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Противопоставленный товарный знак «ТАКСИМ» по свидетельству №879993 [1] является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами

латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку представлена в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «ТАКСИМ ЭКСПРЕСС» по свидетельству №1000875 [2] является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку представлена в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «ТАКСИМ» по свидетельству №710393 [3] является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку представлена в отношении услуг 43 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак «» по свидетельству №945005 [4], является изобразительным. Правовая охрана товарному знаку представлена в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Коллегия отмечает, что лицо, подавшее возражение, в своих доводах о сходстве оспариваемого товарного знака с противопоставленными товарными знаками, проводило анализ на сходство только с противопоставленным товарным знаком [1].

Кроме того, упомянутые в возражении товарные знаки [2, 4] имеют дату приоритета (03.08.2022) позже даты приоритета (05.05.2022) оспариваемого товарного знака, в связи с чем, не могут учитываться в качестве противопоставлений в рамках требований пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, анализ товарного знака по свидетельству №903486 на предмет его соответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса проводился с противопоставленными товарными знаками [1, 3].

Анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков [1, 3] показал, что обозначения включают в себя фонетически сходные словесные элементы «ТАКСИММАЙДАН»/«ТАКСИМ»/«ТАКСИМ».

Так, фонетическое сходство обусловлено полным вхождением словесных элементов «ТАКСИМ»/«ТАКСИМ» противопоставленных товарных знаков [1, 3] в оспариваемое обозначение.

Таким образом, сходство сравниваемых обозначений обусловлено фонетическим критерием, ввиду наличия в знаках фонетически сходных словесных элементов. Фонетическое сходство выражается в наличии близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях, близости звуков, составляющих обозначения, в расположении близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу, наличии совпадающих слогов и их расположении, характере совпадающих частей обозначений, вхождении одного обозначения в другое.

Что касается семантического фактора сходства, следует отметить следующее.

Анализ словарно-справочных источников показал, что словесный элемент «ТАКСИММАЙДАН» оспариваемого обозначения отсутствует в общедоступных словарно-справочных источниках, что не позволяет провести оценку по семантическому фактору сходства словесных обозначений.

На основании указанного сравниваемые обозначения признаны сходными по фонетическому фактору сходства словесных обозначений.

Что касается визуального признака сходства, то следует отметить, что оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки [1, 3] выполнены стандартными шрифтовыми единицами, в виду чего графические отличия носят второстепенный характер с точки зрения индивидуализирующей функции знаков, выполненных стандартными шрифтовыми единицами.

Вместе с тем, сравниваемые словесные элементы оспариваемого и противопоставленного [1] обозначений выполнены шрифтами одного алфавита (латинского), и при этом хорошо прочитываются, что также сближает знаки по графическому критерию сходства.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

В соответствии с изложенным коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ однородности услуг 43 класса МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарному знаку по свидетельству №903486 и противопоставленных товарных знаков [1, 3], показал следующее.

Услуги 43 класса МКТУ «агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионы]; аренда временного жилья; аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда жилья для отдыха; аренда жилья на время отпуска; аренда кухонных раковин; аренда мебели; аренда офисной мебели; аренда переносных кабинок для переодевания; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионах; бронирование мест для временного жилья; дома для престарелых; мотели; пансионы; пансионы для животных; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; прокат кухонного оборудования; прокат осветительной аппаратуры; прокат палаток; прокат передвижных строений; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги детских садов [яслей]; услуги кемпингов; услуги по приему на временное проживание [передача ключей]; услуги по размещению в гостинице; услуги приютов для животных» оспариваемого товарного знака не являются однородными с услугами 43 класса МКТУ «закусочные; кафе; рестораны; рестораны самообслуживания; украшение еды; услуги кальянных; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом» противопоставленных товарных знаков [1, 3], поскольку относятся к разному виду услуг (услуги в области общественного питания/обеспечение временного проживания), имеют разное назначение, то есть не соотносятся как род/вид.

Вместе с тем, услуги 43 класса МКТУ «закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; прокат мебели, столового белья и посуды; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых» оспариваемого товарного знака являются однородными с услугами 43

класса МКТУ «закусочные; кафе; рестораны; рестораны самообслуживания; украшение еды; услуги кальянных; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом» противопоставленных товарных знаков [1, 3], поскольку относятся к одному виду услуг (услуги в области общественного питания), тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, соотносятся как род/вид.

При этом необходимо принять во внимание правоприменительную судебную практику относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров и услуг, сформулированную в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее - Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров/услуг. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров/услуг для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров/услуг или при низкой степени однородности товаров/услуг, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

В данном случае коллегией установлена средняя степень сходства сравниваемых обозначений, и высокая степень однородности услуг 43 класса МКТУ, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Таким образом, оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения, с указанными выше противопоставленными товарными знаками [1, 3], в отношении однородных услуг 43 класса МКТУ.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №903486 противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, следует признать убедительным.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 21.03.2025, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №903486 недействительным в отношении услуг 43 класса МКТУ «закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; прокат мебели, столового белья и посуды; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых».**