

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

коллегии по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12.03.2014 № 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 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 29.01.2026, поданное Горностаевой Анной Александровной, город Омск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024744043, при этом установила следующее.

ANANAS 

Обозначение “ **ANANAS** ” по заявке №2024744043 заявлено на регистрацию товарного знака с приоритетом по дате поступления 19.04.2024 в отношении услуг 35, 44 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 29.09.2025 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024744043 в отношении всех услуг 35, 44 классов МКТУ, так как выявлено несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В результате проведения экспертизы выявлены сходные до степени смешения товарные знаки:

Ананас Семейный

Дискаунтер Ананас

[1] - « Ananas Family », [2] « Ananas Discount »,

зарегистрированные под №947066, №947065 с датой приоритета от 04.04.2022, на имя Общества с ограниченной ответственностью "АНАНАС ГРУПП", 127030, Москва, вн.тер.г. Муниципальный округ Тверской, ул. Новослободская, 14/19, стр.8, этаж/помещ. 1/II, ком./оф. 3/61-4, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;



[3] - « ANNANAS », зарегистрированный под №1055811 с датой приоритета от 14.12.2023, на имя Климовой Анны Олеговны, 450039, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Георгия Мушников, 23, кв. 113, в отношении однородных услуг 44 класса МКТУ.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех услуг 35, 44 классов МКТУ на основании пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса.

Основания для отказа в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, предусмотренные положениями пунктов 1, 3 статьи 1483 Кодекса, сняты в связи с внесением изменений в заявленное обозначение.

Противопоставление по заявке №2024717501 снято, поскольку 30.01.2025 принято решение об отказе в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 29.01.2026 поступило возражение, в котором заявитель сообщает следующее.

В целях устранения препятствий для предоставления правовой охраны по

основаниям, изложенным в пункте 6 статьи 1483 Кодекса в отношении товарных знаков по свидетельствам № 947066 и № 947065, заявитель просит ограничить заявленный перечень товаров и услуг по заявке №2024744043, изложив его в специализированной и детализированной редакции, охватывающей исключительно рекламу, управление бизнесом, организацию бизнеса, бизнес-администрирование и розничную торговлю в отношении строго определенной товарной группы — живых и засушенных цветов, растений, флористических композиций, венков и сопутствующих товаров для флористики.

Помимо сокращения перечня заявитель ссылается на отсутствие сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам № 947066 и № 947065 ввиду отличающихся дополнительных слов в противопоставленных товарных знаках. В возражении отмечено, что слова «семейный», «family», «дискаунтер» имеют информационный характер и смещают восприятие слова «АНАНАС».

В отношении противопоставления с товарным знаком [3] заявитель обращает внимание на то, что 10.11.2025 г. был получен оригинал письма-согласия правообладателя товарного знака № 1055811, то есть после даты вынесения решения об отказе, вследствие чего объективно отсутствовала возможность представить в материалы заявки оригинал письма-согласия до момента принятия решения.

На основании вышеизложенного, заявитель просит отменить решение Роспатента от 29.09.2025 и зарегистрировать обозначение по заявке № 2024744043 в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ «реклама в отношении живых цветов, засушенных цветов для декоративных целей, растений, букетов, цветочных композиций, венков и композиции из живых цветов, композиций из засушенных цветов для декоративных целей, и сопутствующих товаров для флористики; управление бизнесом, организация бизнеса и бизнес-администрирование в отношении живых цветов, засушенных цветов для декоративных целей, растений, букетов, цветочных композиций, венков и композиции из живых цветов, композиций из засушенных цветов для декоративных целей, и сопутствующих товаров для флористики; реклама интерактивная в компьютерной сети в отношении живых цветов, засушенных цветов для декоративных целей, растений, букетов, цветочных композиций, венков и композиции из живых цветов, композиций из

засушенных цветов для декоративных целей, и сопутствующих товаров для флористики; реклама наружная в отношении живых цветов, засушенных цветов для декоративных целей, растений, букетов, цветочных композиций, венков и композиции из живых цветов, композиций из засушенных цветов для декоративных целей, и сопутствующих товаров для флористики; услуги по розничной продаже живых цветов, засушенных цветов для декоративных целей, растений, букетов, цветочных композиций, венков и композиции из живых цветов, композиций из засушенных цветов для декоративных целей, и сопутствующих товаров для флористики; услуги магазинов по розничной продаже живых цветов, засушенных цветов для декоративных целей, растений, букетов, цветочных композиций, венков и композиции из живых цветов, композиций из засушенных цветов для декоративных целей, и сопутствующих товаров для флористики по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи живых цветов, засушенных цветов для декоративных целей, растений, букетов, цветочных композиций, венков и композиции из живых цветов, композиций из засушенных цветов для декоративных целей, и сопутствующих товаров для флористики с использованием теле-магазинов или интернет-сайтов» и следующих услуг 44 класса МКТУ «услуги в области сельского хозяйства, аквакультуры, огородничества и лесоводства; дизайн ландшафтный; изготовление венков [искусство цветочное]; обрезка деревьев; огородничество; осеменение искусственное; пересадка деревьев; садоводство; садоводство декоративно-пейзажное; составление цветочных композиций; уход за газонами».

В подтверждение доводов возражения в корреспонденции от 03.02.2026 направлен оригинал письма-согласия [1] от владельца противопоставленного знака по свидетельству №1055811.

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

С учетом даты (19.04.2024) подачи заявки №2024744043 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака

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 за № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

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

В соответствии с абзацем пятым пункта 6 статьи 1483 Кодекса регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в подпунктах 1 и 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

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.

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

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).

Согласно пункту 46 Правил согласие правообладателя составляется в письменной произвольной форме (далее – письмо-согласие) и представляется в подлиннике для приобщения к документам заявки.

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2024744043 заявлено



комбинированное обозначение « ANANAS », состоящее из словесного элемента «ANANAS», выполненного буквами латинского алфавита, а также из изображения листьев от плода ананаса. Предоставление правовой охраны в рамках возражения испрашивается в отношении сокращенного перечня услуг 35, 44 классов МКТУ.

В качестве сходного до степени смешения с заявленным обозначением в заключении по результатам экспертизы указаны словесные товарные знаки [1]

Ананас Семейный Дискаунтер Ананас
« Ananas Family », [2] « Ananas Discount » по свидетельствам №947066, №947065 с датой приоритета от 04.04.2022, выполненные буквами латинского и русского алфавитов, зарегистрированные в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, а




также комбинированный товарный знак [3] - « ANNANAS », состоящий из окружности, внутри которой размещено слово «ANNANAS», выполненное буквами латинского алфавита, а также изображение листьев. Правовая охрана товарному знаку [3] предоставлена в отношении однородных услуг 44 класса МКТУ.

В материалах возражения содержится письменное согласие [1] от владельца противопоставленного товарного знака [3] по свидетельству №1055811.



ANANAS

Сходство сопоставляемых обозначений « **ANANAS** » и «  » обуславливается присутствием в их составе фонетически тождественных слов «ANANAS» и «ANNANAS», при их выполнении буквами одного алфавита и неприменении семантического критерия.

Однородность заявленных услуг в области сельского хозяйства, садоводства и обработке леса в высокой степени однородны услугам тех же родовых групп в противопоставленном знаке [3].

Ознакомившись с указанным согласием, коллегия установила, что данный документ составлен в соответствии с требованиями пункта 46 Правил, содержит реквизиты сторон и предоставлен в отношении услуг 44 класса МКТУ, до которых сокращены требования по возражению, а именно *«услуги в области сельского хозяйства, аквакультуры, огородничества и лесоводства; дизайн ландшафтный; изготовление венков [искусство цветочное]; обрезка деревьев; огородничество; осеменение искусственное; пересадка деревьев; садоводство; садоводство декоративно-пейзажное; составление цветочных композиций; уход за газонами»*.

Регистрация обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. При определении вероятности введения потребителей в заблуждение коллегия руководствовалась следующими сведениями.



ANANAS

Сравниваемые обозначения « **ANANAS** » и «  » не являются тождественными, так как не совпадают друг с другом во всех элементах.

Противопоставленный товарный знак не является общеизвестным или коллективным.

Принимая во внимание положения абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегией было учтено представленное заявителем безотзывное письмо-согласие ввиду отсутствия оснований для вывода о том, что регистрация заявленного

обозначения может явиться причиной введения в заблуждение потребителя.

Резюмируя вышеизложенное, заявленное обозначение соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении услуг 44 класса МКТУ, перечисленных в письме-согласии, ввиду преодоления противопоставления путем получения письма-согласия.



ANANAS

Сходство сопоставляемых обозначений « ANANAS » и [1]

Ананас Семейный Дискаунтер Ананас
« Ananas Family », [2] « Ananas Discount » обуславливается присутствием в составе сопоставляемых обозначений фонетически и семантически тождественных слов «АНАНАС» / «ANANAS», в которые заложены одинаковые понятия (тропический фрукт).

Дополнительные словесные элементы «Семейный» / «Family» / «Дискаунтер» / «Discount» в противопоставленных товарных знаках не входят в объем их правовой охраны, так как, не образуя речевого оборота со словом «АНАНАС», ориентируют относительно того, что заведение торговли, на котором присутствует данная вывеска, содержит товары для лиц разных возрастов (семейный), а также ориентируют относительно низкой ценовой политики заведения (дискаунтер).

В этой связи коллегия не может согласиться с доводами заявителя о том, что дополнительные слова в противопоставленных товарных знаках ослабляют сходство совпадающих словесных элементов сравниваемых обозначений.

Выполнение слов «АНАНАС» / «ANANAS» буквами разных алфавитов не приводит к отсутствию ассоциирования их друг с другом, так как сравниваемые слова являются транслитерацией одного и того же слова символами разных алфавитов.

Анализ однородности услуг 35 класса МКТУ показал, что, несмотря на конкретизацию заявленных услуг 35 класса МКТУ, охватывающих рекламу, управление бизнесом, организацию бизнеса, бизнес-администрирование и розничную торговлю строго определенной товарной группой — живых и засушенных цветов, растений, флористических композиций, венков и сопутствующих товаров для флористики, такое ограничение не привело к

преодолению признаков однородности в сравнении с перечнем услуг 35 класса МКТУ.

Услуги рекламы и торговли противопоставленных знаков [1-2] не содержат каких-либо ограничений по виду реализуемых или рекламируемых товаров, охрана предоставлена родовым формулировкам *«агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; демонстрация товаров; макетирование рекламы; маркетинг; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, а именно, следующих товаров: продукты питания, алкогольные и безалкогольные напитки, бытовая химия, товары для дома, бытовая и садовая техника, товары народного потребления, компьютерная техника, мобильные устройства; услуги Интернет - магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги Интернет - магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, а именно, следующих товаров: продукты питания, алкогольные и безалкогольные напитки, бытовая химия, товары для дома, бытовая и садовая техника, товары народного потребления, компьютерная техника, мобильные устройства; услуги манекенщиков для рекламы или*

продвижения товаров; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной и оптовой торговле товарами; услуги по розничной и оптовой торговле товарами широкого ассортимента, а именно следующими товарами: продукты питания, алкогольные и безалкогольные напитки, бытовая химия, товары для дома, бытовая и садовая техника, товары народного потребления, компьютерная техника, мобильные устройства; услуги по розничной и оптовой торговле товарами онлайн, через веб-сайты; услуги по розничной и оптовой торговле онлайн, через веб-сайты товарами широкого ассортимента, а именно следующими товарами: продукты питания, алкогольные и безалкогольные напитки, бытовая химия, товары для дома, бытовая и садовая техника, товары народного потребления, компьютерная техника, мобильные устройства; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», среди которых следует подчеркнуть «услуги по розничной и оптовой торговле товарами», а также отметить, что все услуги в области рекламы не ограничены по сфере деятельности, следовательно, несмотря на ограничительные формулировки в перечне заявленных услуг, испрашиваемые позиции входят в объем тех родовых наименований, для которых действует правовая охрана противопоставленных товарных знаков [1-2].

Установив высокую степень сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-2], а также высокую степень однородности сопоставляемых услуг 35 класса МКТУ, следует сделать вывод о вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Таким образом, обозначение по заявке №2024744043 не соответствует

требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении сокращенного перечня услуг 35 класса МКТУ, а регистрация обозначения допустима лишь в части услуг 44 класса МКТУ, перечисленных в письме-согласии от владельца товарного знака [3] по свидетельству №1055811.

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

удовлетворить возражение, поступившее 29.01.2026, отменить решение Роспатента от 29.09.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024744043.