

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 возражение, поступившее 21.11.2022, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Балтимор-Амур», г. Хабаровск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021775415 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2021775415, поданной 17.11.2021, испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 29, 30, 32 классов МКТУ, указанных в перечне. Перечень заявленных товаров 29, 30, 32 классов МКТУ был изменен в соответствии с заявлением о внесении изменений в перечень, поступившем в ведомство 15.07.2021.

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение:



в цветовом сочетании: «черный, белый, серый, темно-серый, зеленый, светло-зеленый, темно-зеленый, красный».


Роспатентом 20.09.2022 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021775415 в отношении всех товаров 30 класса МКТУ, указанных в перечне, в связи с его несоответствием требованиям пунктов 1, 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Основанием для принятия указанного решения явилось

заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено следующее:

- входящие в состав заявленного обозначения (1) цифры "1999" являются неохранными элементами обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладают различительной способностью;

- заявленное обозначение (1) сходно до степени смешения с товарным знаком



- «  » (2) по свидетельству № 875725 с приоритетом от 14.07.2021 (элемент «®» - неохранный), зарегистрированным ранее на имя Общества с ограниченной ответственностью «Корпорация «Южный Альянс», 385635, Республика Адыгея, Гиагинский район, станица Дондуковская, ул. Плодоовощная, 1, в отношении товаров 29, 32 классов МКТУ, однородных заявленным товарам 29, 32 классов МКТУ;

- экспертизой отдельно отмечено общее зрительное впечатление сравниваемых обозначений. При анализе изобразительных элементов в сравниваемых обозначениях наиболее важным является первое впечатление, получаемое при их сравнении. Изобразительный элемент заявленного обозначения (1) сходен до степени смешения с противопоставленным товарным знаком (2), имеет ту же цветовую гамму и сходное композиционное расположение элементов, а именно, зеленый овал, в котором под словесными элементами расположена белая полоса;

- поскольку сравниваемые обозначения предназначены для маркировки товаров широкого потребления 29, 32 классов МКТУ, решение о покупке которых принимается потребителем с меньшей степенью вовлеченности, чем при покупке товаров специального назначения (например, лекарственных средств), высока вероятность возникновения у потребителя ложного представления о принадлежности заявленного обозначения (1) правообладателю противопоставленного товарного знака (2). В отношении товаров широкого потребления при оценке однородности товаров целесообразно применять более строгий подход, чем в отношении товаров производственно-технического назначения.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 21.11.2022, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 20.09.2022. Основные доводы возражения сводятся к следующему:

- в решении Роспатента отсутствует анализ влияния на общее впечатление остальных, кроме зеленого овала, элементов обозначений, а также отсутствует фонетический и семантический анализ обозначений, поэтому установить соблюдение экспертом порядка рассмотрения поступивших доводов заявителя в защиту заявленного обозначения (1) не представляется возможным;

- Суд по интеллектуальным правам неоднократно указывал, что совпадение по единственному критерию не влияет на общее зрительное впечатление и не позволяет сделать заключение о смешении таких обозначений в глазах потребителей (см., например, постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.09.2017 г. по делу № СИП-340/2016). Суд по интеллектуальным правам также неоднократно указывал Роспатенту, что произвольный отказ от оценки того или иного критерия сходства (визуального или семантического) не допускается (см., например, дело № СИП-1052/2021);

- вывод о сходстве обозначений должен быть основан на производимом ими общем впечатлении, которое формируется в зависимости от вида обозначений, за счет формы и цвета, а также доминирующих словесных или изобразительных элементов, например, в комбинированном обозначении. При исследовании значимости того или иного элемента комбинированного обозначения необходимо учитывать его визуальное доминирование, которое может быть вызвано как более крупными размерами элемента, так и его более удобным для восприятия расположением в композиции. В частности, к выводу о сходстве сравниваемых обозначений может привести тождество или сходство следующих элементов этих обозначений: пространственно-доминирующих, акцентирующих на себе внимание при восприятии обозначений и т.д.;

- в заявленном обозначении (1) акцентным является не овальный зеленый фон сам по себе, а именно сочетание зеленого овала, двух строк контрастных по сравнению с ним словесных элементов, графический элемент в верхней части обозначения акцентного красного цвета;

- общее впечатление заявленного обозначения (1) значительно различается от общего зрительного впечатления противопоставленного товарного знака (2): присутствие дополнительного графического элемента в виде стилизованного изображения красного помидора, наличие словесных элементов, выполненных в две строки, более изогнутая белая линия, подчеркивающая словесные элементы, наличие бело-серого контура у всего изображения, наличие светло-зеленой, а не салатовой, как у противопоставленного товарного знака (2), подложки словесных элементов;
- в заявленном обозначении (1) использованы цвета, которых нет у противопоставленного товарного знака (2): «красный, серый, светло-зеленый», что позволяет сделать вывод об отличии в цветовом сочетании сравниваемых обозначений;
- в заявленном обозначении (1) словесный элемент на верхней строке выполнен настолько оригинальным шрифтовым исполнением, что прочитать его однозначным образом невозможно, в то время как у противопоставленного товарного знака (2) шрифт вполне стандартный и однозначно читаемый, что обуславливает разное шрифтовое исполнение;
- согласно сложившейся судебной практике шрифт является самостоятельным охраняемым объектом авторского права и относится к произведениям графики, представляет собой упорядоченную графическую форму определенной системы письма, воплощаемой на материальном носителе;
- с учётом оригинального шрифта, его типа, вида, в том числе использования цвета и оригинальных графических элементов заявленное обозначение (1) производит собственное зрительное впечатление, которое акцентирует на себе внимание потребителя. При этом вероятность одинакового зрительного восприятия заявленного обозначения (1) и противопоставленного товарного знака (2) отсутствует;
- фонетические отличия сравниваемых обозначений обусловлены тем, что они включают разные слова. Заявленное обозначение (1) имеет однозначно воспринимаемое слово «АМУР». При различном восприятии элемента на верхней строке, может читаться и как [блиамур], и как [балиамур], и как [биоамур]. Противопоставленный знак (2) читается однозначно как: [бáлт'имар];

- в состав заявленного обозначения (1) входит однозначно читаемое слово «АМУР», которое является полисемантическим и может обозначать: название рыбы, персонажа из древнеримской мифологии, являться транслитерацией французского слова «amour», переводящегося на русский язык как «любовь»). В противопоставленном товарном знаке (2) читается слово «Балтимор», которое также можно воспринять неоднозначно по смысловому значению: крупнейший населенный пункт штата Мэриленд в США; сокращенная версия топонима «Балтийское море». Следовательно, смысловая нагрузка противопоставленного товарного знака (2) и заявленного обозначения (1) различается;

- заявленные товары представляют собой различные продукты питания и напитки. Восприятие потребительских товаров в большинстве случаев начинается именно с фонетического критерия, поскольку потребители, в основном, различают пищевую продукцию именно по названию с упаковки («название бренда»). Для потребительских товаров решающее значение играет именно словесный элемент обозначения. Словесные элементы в заявленном и в противопоставленном обозначениях категорически различаются: «АМУР» и «БАЛТИМОР»;

- из проведенного фоносемантического анализа видно, что обозначения (1) и (2) воспринимаются в контексте противоположных категорий: «АМУР» - как что-то простое, медленное, гладкое, «БАЛТИМОР» - что-то грубое, быстрое, подвижное, громкое, активное и яркое;

- заявителем был проведен опрос общественного мнения, по результатам которого можно сделать объективный вывод о несходстве заявленного и противопоставленного обозначений (1) и (2). В период с 11 по 14 ноября 2022 года заявителем был проведен опрос общественного мнения с помощью независимой платформы «Яндекс. Взгляд». Целью проведения опроса являлась оценка восприятия обозначений, которая должна быть учтена при определении сходства обозначений. Опрос соответствует требованию репрезентативности, поскольку был проведен среди разных половозрастных групп потребителей пищевых продуктов и напитков со всей территории России. Так, 20 % от общего количества опрошенных смогли прочитать в обозначении только одно слово (вероятно, «Амур», которое легко читается), большая же часть опрошенных (почти 34 %) не увидела в логотипе ни одного слова или



затруднилась в выборе точного ответа. Почти 33 % потребителей дали однозначный ответ о том, что обозначения (1) и (2) не могут принадлежать одному производителю;

- экспертизой ошибочно не учтены сопутствующие сведения о деятельности правообладателя противопоставленного товарного знака (2) и заявителя. Заявленное обозначение (1) принадлежит компании «Балтимор». На сегодняшний день – это ведущий российский производитель продуктов питания из овощей. Компания «Балтимор» специализируется на выпуске овощной консервации, салатов и закусок, овощной икры, овощных и фруктовых соков в стекле, уксуса, кетчупа (см. <https://baltimor-amur.ru/about/>). Правообладатель противопоставленного товарного знака (2) решил зарегистрировать товарный знак, который много лет (23 года) используется крупным производителем продуктов питания, что само по себе является нарушением, по какой-то причине не выявленным в процессе экспертизы по существу;



- исходя из данных открытых источников, правообладатель противопоставленного товарного знака (2) является производителем соковой продукции. Правообладатель не связан с обозначением «БАЛТИМОР». Каких-либо официальных источников компания не имеет, с наименованием «БАЛТИМОР» не существует в открытых источниках каких-либо упоминаний применительно к компании ООО «Корпорация «Южный альянс»;

- заявитель обращает внимание на соблюдение принципа защиты законных ожиданий. Так, сосуществует множество зарегистрированных товарных знаков, у которых имеется некоторое сходство фона обозначения и отличия по словесным и иным элементам, при этом регистрации успешно сосуществуют. Например, товарные



знаки:  по свидетельству № 542095 и  по свидетельству № 537816, зарегистрированные в отношении товаров 29 класса МКТУ;



 по свидетельству № 354407 и  по свидетельству № 311438, зарегистрированные в отношении товаров 29 класса МКТУ и т.д.

В подтверждение своих доводов к возражению заявителем были приложены:

- копия решения об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021775415 от 20.09.2022 г. – (3);

- результаты социологического опроса – (4).

На основании изложенного заявителем выражена просьба о регистрации заявленного обозначения (1) в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров 29, 30, 32 классов МКТУ.

Изучив материалы дела, и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 21.11.2022, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (17.11.2021) заявки № 2021775415 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения (1) включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (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:

1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;

2) являющихся общепринятыми терминами;

3) 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.

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 сведения, характеризующие товар, материал, сырье, из которого изготовлен товар, а также относятся 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 неохраняемые 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 требованиям пункта 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 требованиям пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы. При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту 42 Правил 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 звуко сочетаний 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.

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

В соответствии с пунктом 43 Правил изобразительные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы. Сходство изобразительных обозначений определяется на основании следующих признаков:

- 1) внешняя форма;
- 2) наличие или отсутствие симметрии;
- 3) смысловое значение;
- 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное);
- 5) сочетание цветов и тонов.

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).

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение




представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из овальной фигуры, на фоне которой выполнены словесные элементы «БАЛТИМОР АМУР». Над словесными элементами расположено стилизованное изображение томата и цифровой элемент «1999». Регистрация заявленного обозначения (1) в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров 29, 30, 32 классов МКТУ, указанных в перечне, в цветовом сочетании: «черный, белый, серый, темно-серый, зеленый, светло-зеленый, темно-зеленый, красный».

Решение Роспатента от 20.09.2022 в части признания цифрового элемента «1999» не охраняемым элементом в составе заявленного обозначения (1), как не обладающего различительной способностью и подпадающего под действие пункта 1 статьи 1483 Кодекса, заявителем не оспаривается.

В отношении несоответствия заявленного обозначения (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее. В качестве противопоставления в заключении по результатам экспертизы приведен товарный



знак «  » (2) по свидетельству № 875725 с приоритетом от 14.07.2021 (элемент «®» - неохраняемый). Правообладатель: Общество с ограниченной ответственностью «Корпорация «Южный Альянс», Республика Адыгея, станица Дондуковская. Правовая охрана товарного знака (2) действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 29, 32 классов МКТУ, указанных в перечне, в цветовом сочетании: «зеленый, светло-зеленый, темно-зеленый, белый».

Экспертизой указано на сходство до степени смешения с товарным знаком «БАЛТИМОР» по свидетельству № 875725 (2), при этом особо отмечено сходство изобразительных элементов, общее зрительное впечатление, получаемое от сравниваемых обозначений, а также сходное композиционное расположение элементов.

В заявленном обозначении (1) элемент «БАЛТИМОР», несмотря на характерное графическое исполнение, словесный характер не утратил и прочитывается как «БАЛТИМОР». Сходство сравниваемых обозначений (1) и (2) обусловлено фонетическим тождеством словесных элементов «БАЛТИМОР». Визуальные различия между сравниваемыми словесными элементами носят второстепенный характер. Семантический критерий сходства не может быть положен в основу выводов о сходстве / несходстве сравниваемых обозначений, поскольку такого значимого слова как «БАЛТИМОР» в русском языке не существует.

Изобразительные элементы сравниваемых обозначений (1) и (2) имеют общее зрительное впечатление, общее композиционное построение, сходный вид и характер изображений, выполнены в близкой цветовой гамме (доминирует зеленый цвет, в то время как словесные элементы выполнены белым цветом на зеленом фоне и подчеркнуты снизу полуовальной линией белого цвета). Доминирующие словесные элементы выполнены горизонтально и одинаково пересекают овальные фигуры зеленого цвета. Восприятие сравниваемых обозначений (1) и (2) в целом приводит к возникновению одних и тех же образов у потребителя.

Словесный элемент «АМУР», изобразительный элемент в виде томата в заявленном обозначении (1) не приводят к качественно иному его восприятию,

поскольку доминируют иные вышеуказанные совпадающие элементы. Кроме того, признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Таким образом, заявленное обозначение (1) и противопоставленный товарный знак (2) ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Анализ однородности сравниваемых товаров 29, 32 классов МКТУ, указанных в перечне, показал следующее.

Заявленные товары 29 класса МКТУ *«бобы консервированные; горох консервированный; грибы консервированные; желе пищевое; икра баклажанная; икра кабачковая; капуста квашеная; кольца луковые; компоты; консервы овощные; консервы фруктовые; концентраты овощные для приготовления пищи; концентраты фруктовые для приготовления пищи; корншоны; лук консервированный; лечо; муссы овощные; мякоть фруктовая; овощи консервированные; овощи обработанные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; овощи сушеные; паста томатная; перец консервированный; плоды или ягоды, сваренные в сахарном сиропе; пюре клюквенное; пюре яблочное; рататуй; салаты овощные; салаты фруктовые; соки овощные для приготовления пищи; сок томатный для приготовления пищи; спреды на основе овощей; фрукты, подвергнутые тепловой обработке; чеснок консервированный; ягоды консервированные; ягоды, овощи и фрукты замороженные»* и товары 29 класса МКТУ *«арахис обработанный; артишоки консервированные; бобы консервированные; бобы соевые консервированные для употребления в пищу; горох консервированный; грибы консервированные; желе пищевое; желе фруктовое; закуски легкие на основе фруктов; изюм; икра; икра баклажанная; икра кабачковая; имбирь консервированный; имбирь кристаллизованный; имбирь маринованный; капуста квашеная; кольца луковые; композиции из обработанных фруктов; консервы овощные; консервы фруктовые; концентраты овощные для приготовления пищи; концентраты фруктовые для приготовления пищи; кукуруза сахарная, обработанная; лук консервированный; муссы овощные; мякоть фруктовая; овощи консервированные; овощи лиофилизированные; овощи*

обработанные; овощи сушеные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; оливки консервированные; орехи ароматизированные; орехи засахаренные; орехи кокосовые сушеные; орехи обработанные; паста фруктовая прессованная; перец консервированный; плоды или ягоды, сваренные в сахарном сиропе; пыльца растений, приготовленная для пищи; пюре клюквенное; пюре яблочное; салаты овощные; салаты фруктовые; сок лимонный для кулинарных целей; сок томатный для приготовления пищи; соки овощные для приготовления пищи; финики; фрукты глазированные; фрукты замороженные; фрукты консервированные; фрукты обработанные; фрукты, консервированные в спирте; фрукты, подвергнутые тепловой обработке; фундук обработанный; хлопья картофельные; хумус; цветы сухие съедобные; цедра фруктовая; чеснок консервированный; чечевица консервированная; экстракты водорослей пищевые; ягоды консервированные» противопоставленного товарного знака (2) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «*продукты растительного происхождения*», имеют общее назначение (для употребления в пищу), общий круг потребителей, совместно встречаются в гражданском обороте, продаются на одинаковых прилавках, что свидетельствует об их однородности.

Заявленные товары 32 класса МКТУ «*воды [напитки]; напитки безалкогольные; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; соки овощные [напитки]; соки фруктовые*» и товары 32 класса МКТУ «*вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; сок томатный [напиток]; сок*

яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; шербет [напиток]» либо идентичны, либо относятся к общей родовой группе «*напитки, не содержащие алкоголь*», имеют общее назначение, общий круг потребителей, совместно встречаются в гражданском обороте, продаются на одинаковых прилавках, что свидетельствует об их однородности.

Однородность сравниваемых товаров заявителем не оспаривается.

Согласно пункту 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее - Постановление ВС РФ № 10) 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.

С учетом высокой степени однородности анализируемых товаров 29, 32 классов МКТУ и высокой степени сходства заявленного обозначения (1) и противопоставленного товарного знака (2) риск их смешения в гражданском обороте увеличивается.

Таким образом, заявленное обозначение (1) и противопоставленный товарный знак (2) являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров 29, 30 классов МКТУ.

Следовательно, вывод, указанный в заключении по результатам экспертизы, о несоответствии заявленного обозначения (1) в отношении товаров 29, 32 классов МКТУ требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса является правомерным.

В отношении результатов социологического опроса (4), проведенного ООО «ЯНДЕКС», коллегия отмечает следующее. Данное исследование представлено без учета ретроспективных данных, а также не представляется возможным оценить географию исследования, то есть в каких именно городах (в том числе, с какой плотностью населения) проводился опрос. Вместе с тем, анализ имеющихся в опросе вопросов, задаваемых респондентам, показал следующее. Оценке подлежала частота покупаемых пищевых продуктов и напитков,

количество слов, которые могут быть прочитаны в вышеуказанных сравниваемых обозначениях (1) и (2), а также могут ли логотипы принадлежать одному производителю. При этом мнения респондентов в части сравнительного анализа исследуемых обозначений с точки зрения оценки сходства изобразительных обозначений опрос не содержит. Исходя из ответов на вопрос № 3 «могут ли логотипы принадлежать одному производителю» близкое количество респондентов дали разносторонние ответы: 36,3 % - затрудняюсь ответить, 32,3 % - нет, 31,4 % - да. При таком распределении показателей ответ в 31,4 % об отнесении сравниваемых обозначений к одному и тому же источнику происхождения является значимым. В связи с чем, вероятность смешения сравниваемых обозначений возрастает.

Доводы о фактической деятельности заявителя и правообладателя противопоставленного товарного знака (2) не опровергают вывод коллегии о несоответствии заявленного обозначения (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса. При оценке соответствия/несоответствия заявленного обозначения (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса анализу подлежат те товары, которые приведены в сравниваемых перечнях заявленного обозначения (1) и имеющегося противопоставления (2), которые, как было установлено выше, являются однородными.

Приведенные сведения из судебной практики, а также имеющиеся регистрации товарных знаков не имеют преюдициального значения. При этом делопроизводство по каждой заявке ведется независимо, с учетом обстоятельств каждого конкретного дела.

Довод заявителя о неправомерности предоставления правовой охраны противопоставленному товарному знаку (2) не относится к существу возражения. Возможность надлежащего оспаривания правовой охраны товарных знаков предусмотрена статьями 1512, 1513 настоящего Кодекса.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 21.11.2022, оставить в силе решение Роспатента от 20.09.2022.