

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 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 26.08.2022, поданное Индивидуальным предпринимателем Пастернаком Александром Александровичем, Московская область (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020756867, при этом установила следующее.



Обозначение «» по заявке № 2020756867, поданной 13.10.2020, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 32 и услуг 35 и 43 классов МКТУ.

Роспатентом 27.10.2021 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020756867 по основаниям, приведенным в заключении по результатам экспертизы, согласно которому установлено несоответствие заявленного обозначения пунктам 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Так, входящий в состав заявленного обозначения символ «#» – хештег, хэштег (метка) или хэш-тег (англ. hashtag от hash — знак «решетка» + tag — метка) — обозначает ключевое слово сообщения, тип пометки или тега, используемый в микроблогах и социальных сетях, облегчающий поиск сообщений по теме или содержанию. Представляет собой слово или объединение слов, которому предшествует символ #, например: #искусство, #техника, #видео. Хештеги используют в рекламной продукции, в политических акциях или арт-представлениях в качестве отсылки к появившемуся тренду в Интернете или в попытке создать такой тренд (см. Интернет: <https://ru.wix.com/>; <https://in-scale.ru/>), в связи с чем не обладает различительной способностью, является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Входящий в состав заявленного обозначения элемент «ESTD 2016» («ESTD» – общепринятое сокращение от «established» – в переводе с английского языка – «учрежденный; признанный», см. <https://www.acronymfinder.com/ESTD.html>; <https://www.multitran.com/>; <https://translate.google.ru/>) указывает на дату основания предприятия заявителя, в связи с чем заявителю необходимо представить документы, подтверждающие правомерность включения данного элемента. При представлении необходимых документов указанный элемент может быть включен в качестве неохраняемого элемента в обозначение на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, в противном случае – указанный элемент, и, соответственно, обозначение в целом будут рассматриваться как способные ввести потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров, лица, оказывающего услуги, на основании подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с товарным знаком « **ПРОБКА** » по свидетельству № 236834 (приоритет от 05.09.2001), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «ЛАММИ», Москва, в отношении услуг 42 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 43 классов МКТУ;



- со знаком «**ПРОБКА**» по международной регистрации

№ 1230368 (конвенционный приоритет от 30.04.2014), зарегистрированным на имя TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU VIDPOVIDALNISTIU «STARTAP COMPANY POHONIA», в отношении товаров и услуг 32, 35, 43 классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам и услугам 32, 35, 43 классов МКТУ.

По итогам рассмотрения представленных заявителем в период экспертизы дополнительных материалов, заявителю сообщено о том, что выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей свидетельствует о дате регистрации заявителя в качестве индивидуального предпринимателя, однако, не демонстрирует того факта, что именно заявленное обозначение используется указанным лицом с 2016 года, в связи с чем не имеется оснований для признания заявленного обозначения соответствующим пункту 3 статьи 1483 Кодекса.

В связи с доводами заявителя в заключении приведен подробный анализ сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, а также анализ однородности заявленных товаров и услуг товарам и услугам противопоставленных регистраций.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 26.08.2022, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 27.10.2021, аргументируя его следующими доводами:

- заявитель с февраля 2016 года осуществляет деятельность по розничной торговле пивом в специализированных магазинах;
- заявитель согласен с выводом относительно включения элемента «#» в состав обозначения в качестве неохраняемого;
- заявитель представил выписку из ЕГРЮЛ, подтверждающую, что он ведет деятельность в рамках своего предприятия с 2016 года, в связи с чем ввод потребителя в заблуждение элементом «ESTD 2016» исключен;

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, так как сравниваемые обозначения производят совершенно разное общее впечатление;

- в заявлении обозначении доминирующее положение занимает оригинальная композиция из буквенных элементов, при этом обозначение прочитывается затрудненно и основной акцент смещается именно на изобразительный элемент;

- в заявлении обозначении присутствуют словесные элементы «МАГАЗИН ПИВНЫХ РАДОСТЕЙ», которые являются охраняемыми и влияют на восприятие обозначения;

- высокая степень стилизации шрифтовых единиц заявленного обозначения обуславливает вывод о том, что данный словесный элемент теряет в заявлении обозначении свой словесный характер и, соответственно, воспринимается только как одна из неотъемлемых частей единой (неделимой) оригинальной изобразительной композиции;

- по вопросу сходства товарных знаков необходимо учитывать уже принятые решения в аналогичных или схожих ситуациях (приведены примеры из практики);

- заявленное и противопоставленное обозначения различны по звучанию в своем окончании, следовательно, нельзя сделать вывод об их сходстве до степени смешения;

- в целом заявленное обозначение вызывает ассоциации именно с магазином, где можно купить пиво, а множественное число словесного элемента «пробки» подразумевает наличие большого ассортимента продукции, следовательно, сопоставляемые обозначения отличаются семантически;

- после принятия решения по заявке № 2020756867 были зарегистрированы

товарные знаки «ЗОЛОТАЯ ПРОБКА» и «**ПРОБКИ #ВОСНКИ**
«**МАГАЗИН-БАР РАЗЛИВНЫХ НАПИТКОВ**»» по свидетельствам № 728732 и № 860944, которые могли бы быть признаны сходными до степени смешения с ранее зарегистрированными противопоставленными заявителю товарными знаками, однако этого не произошло, что нарушает единообразие практики и принцип правовой определенности и законных ожиданий.

На основании изложенного заявитель просил отменить решение Роспатента от 27.10.2021 и принять решение о регистрации товарного знака по заявке № 2020756867 в отношении всех заявленных товаров и услуг 29, 35, 43 классов МКТУ.

С возражением представлены следующие материалы:

- (1) скриншоты публикаций в сети Интернет «Почта России» временно прекратила прием отправлений на Украину», «Почта России» приостановила прием отправлений на Украину»;
- (2) копия оспариваемого решения.

В период рассмотрения возражения заявителем было дважды заявлено ходатайство о приостановлении рассмотрения спора в связи с тем, что в отношении противопоставленного знака по международной регистрации № 1230368 заявителям 29.09.2022 подано исковое заявление в Суд по интеллектуальным правам о неиспользовании знака на территории Российской Федерации.

Дополнительно заявителем представлены следующие материалы:

- (3) Определения Суда по интеллектуальным правам от 08.11.2022, 12.12.2022 по делу № СИП-873/2022.

Рассмотрев представленные заявителем ходатайства, предусмотренные пунктом 34 Правил ППС, коллегия отказалась в их удовлетворении по следующим причинам.

Несмотря на начало судебного разбирательства, наступление благоприятных для заявителя последствий в сроки, укладывающиеся в разумный временной период административного рассмотрения возражения, носит предположительный и маловероятный характер. При этом данное судебное разбирательство направлено на исключение только одного из имеющихся противопоставлений, выявленных в рамках применения пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в то время как правовая охрана другого противопоставленного товарного знака является действующей.

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

С учетом даты (13.10.2020) поступления заявки № 2020756867 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 № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и 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;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в

результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

В соответствии с 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.

Согласно пункту 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

Согласно пункту 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 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).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2020756867 заявлено



комбинированное обозначение «», содержащее символ «#», словесный элемент «PROБКИ», буква «О» которого представлена в виде изобразительного элемента, а также слова «МАГАЗИН ПИВНЫХ РАДОСТЕЙ», выполненные под надписью «#PROБКИ». Регистрация товарного знака по заявке № 2020756867 испрашивается в отношении товаров 32 и услуг 35 и 43 классов МКТУ, указанных в заявке.

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

Входящий в состав заявленного обозначения символ «#» не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой знак «хештег» («хэштег» (метка) или «хэш-тег», от англ. «hash» — знак «решетка», «tag» — метка), который является пометкой для выделения ключевого слова сообщения, используется в микроблогах и социальных сетях, облегчает поиск сообщений по теме или содержанию. Хештеги используют также в рекламной продукции, в политических акциях или арт-представлениях в качестве отсылки к появившемуся

тренду в Интернете или в попытке создать такой тренд (см. Интернет: <https://ru.wix.com/>; <https://in-scale.ru/>). Таким образом, символ «#» является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, с чем заявитель выразил согласие.

Словесная часть обозначения представлена словами «ПРОБКИ МАГАЗИН ПИВНЫХ РАДОСТЕЙ», где:

- «ПРОБКИ» представляет собой слово «ПРОБКИ» (множественное число от существительного «пробка» – легкий и мягкий пористый наружный слой коры некоторых древесных растений; закупорка для бутылок, а также для всяких небольших (обычно круглых) отверстий; электрический предохранитель – см. Толковый словарь Ожегова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/186246>), выполненное одновременно буквами латинского и русского алфавитов;

- «МАГАЗИН» – учреждение, производящее розничную торговлю, а также помещение, в котором производится такая торговля; склад для хранения чего-нибудь (устар.); коробка в аппарате, приборе для вкладывания однородных штучных изделий, частей чего-нибудь (например, патронов в стрелковом оружии), а также набор однотипных элементов, заключенных в общий корпус (Толковый словарь Ожегова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/101762>);

- «ПИВНЫХ» – прилагательное от существительного «пиво» (пенистый напиток из ячменного солода и хмеля с небольшим содержанием алкоголя – см. Толковый словарь Ожегова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/159106>);

- «РАДОСТЕЙ» – существительное, означающее веселое чувство, ощущение большого душевного удовлетворения; то, что (тот, кто) вызывает такое чувство; радостное, счастливое событие, обстоятельство (Толковый словарь Ожегова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/196178>).

Следует отметить, что позиция заявителя относительно утраты элементом «ПРОБКИ» словесного характера по причине его оригинального графического исполнения представляется неубедительной. Буква «R» начальный части слова выполнена в латинице, что не вызывает сомнений и приводит к необходимости прочтения и первой буквы слова «Р» как выполненной именно в латинице. Вторая

часть слова, напротив, начинается с буквы «Б», которая отсутствует в латинском алфавите и однозначно ориентирует относительно русского алфавита, как следствие, определяет прочтение второй части слова. Иными словами, звуковое воспроизведение данного элемента как слова «пробки» не вызывает затруднений, не требует длительных рассуждений. Коллегия обращает внимание также на изобразительный элемент, выполняющий роль буквы «О», который с очевидностью отсылает именно к смысловому значению слова «пробки», поскольку представлен в виде композиции из двух бутылок, выполненных на фоне стилизованного изображения закупорки для таких бутылок.

В комбинированных обозначениях, состоящих из словесных и изобразительных элементов, основными признаются словесные элементы. В данном случае слово «PROБКИ» ни грамматически, ни по смыслу не связано с фразой «МАГАЗИН ПИВНЫХ РАДОСТЕЙ», что поддерживается также визуальным впечатлением от обозначения, в котором слово «PROБКИ» акцентирует на себе внимание в первую очередь, а словосочетание «МАГАЗИН ПИВНЫХ РАДОСТЕЙ», выполненное меньшим по размеру шрифтом, выполняет поясняющую роль.

Действительно, смысловое содержание фразы «МАГАЗИН ПИВНЫХ РАДОСТЕЙ» вызывает ассоциации, связанные с учреждением торговли для потребителей любителей алкогольного напитка пива. Однако понятия «пивные радости» не существует, его восприятие требует рассуждений, следовательно, в словосочетании в целом прямое указание на характеристики заявленных услуг отсутствует.

Элемент «ESTD 2016» («ESTD» – общепринятое сокращение от «established» – в переводе с английского языка – «учрежденный; признанный», см. <https://www.acronymfinder.com/ESTD.html>; <https://www.multitran.com/>; <https://translate.google.ru/>) указывает на дату основания предприятия заявителя, как следствие, выступает характеристикой испрашиваемых услуг, о чем заявителю сообщалось еще в уведомлении о результатах проверки соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства.

Квалификация данного элемента как не соответствующего пункту 1 статьи 1483 Кодекса заявителем не оспаривалась, вместе с тем заявитель выразил несогласие с установленной возможностью неверного восприятия данного элемента потребителями.

Следует обратить внимание на то, что заявитель был вправе исключить элемент «ESTD 2016» из состава обозначения на стадии экспертизы заявленного обозначения по существу, однако не воспользовался таким правом.

Коллегия поясняет, что включение в состав заявленного обозначения какой-либо даты воспринимается в качестве даты основания предприятия, использующего такое обозначение. Заявитель представил выписку из Единого государственного реестра юридических лиц, которая свидетельствует о начале деятельности заявителя в 2016 году, но никоим образом не позволяет сделать вывод о том, что заявленное обозначение использовалось заявителем также с 2016 года. Соответствующее указание было приведено в тексте оспариваемого решения, и заявитель вправе был представить дополнительные доказательства, относящиеся к обоснованию включения спорного элемента в состав заявленного обозначения, что сделано не было.

При таких обстоятельствах у коллегии отсутствуют основания для снятия имеющихся мотивов для отказа в регистрации заявленного обозначения, поскольку наличие данного элемента в составе обозначения ориентирует потребителей относительно ничем не обусловленной даты основания предприятия заявителя, маркируемого рассматриваемым обозначением, и иного впечатления не производит.

Таким образом, установленное восприятие элемента «#», «ESTD 2016» в составе обозначения является ложным и не соответствует действительности, следовательно, вывод о невозможности регистрации заявленного обозначения на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса признается правомерным.

С учетом всего вышесказанного заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, при этом содержит элементы «ESTD 2016», которые относятся к неохраняемым элементам обозначений на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Анализ соответствия заявленного обозначения пункту 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в решении Роспатента от 27.10.2021 установлено на основании вывода о его сходстве до степени смешения с товарным знаком « **ПРОБКА** » по свидетельству



№ 236834 и со знаком « **ПРОБКА** » по международной регистрации № 1230368, которые зарегистрированы на имя иных лиц и имеют более ранний приоритет.

Сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков установлено на основании фонетического и семантического признаков сходства при их превалирующей роли, о чем приведен подробный анализ в тексте оспариваемого решения.

В возражении заявитель обратил внимание на имеющиеся визуальные отличия сравниваемых обозначений, а также на присутствие в заявлении обозначении слов «МАГАЗИН ПИВНЫХ РАДОСТЕЙ», являющихся охраняемыми, кроме того, указал, что доминирующим элементом обозначения является его изобразительная часть.

В связи с указанными доводами коллегия отмечает, что в комбинированных обозначениях, состоящих из словесных и изобразительных элементов, основными признаются словесные элементы.



В заявлении обозначении « **ПРОБКА** » слово «ПРОБКИ» ни грамматически, ни по смыслу не связано с фразой «МАГАЗИН ПИВНЫХ

РАДОСТЕЙ». С точки зрения визуального впечатления от обозначения, слово «РОБКИ» акцентирует на себе внимание в первую очередь, в то время как словосочетание «МАГАЗИН ПИВНЫХ РАДОСТЕЙ», выполненное меньшим по размеру шрифтом, выполняет поясняющую роль относительно области деятельности заявителя. Изобразительная часть заявленного обозначения представлена темным фоном и оригинальным исполнением буквы «О» слова «РОБКИ», напоминающей контур крышки для пивной бутылки, внутри которой помещены стилизованные изображения двух бутылок, колосьев, а также элемент «ESTD 2016».

Таким образом, доминирует в заявлении обозначении именно элемент «РОБКИ», а иные словесные и изобразительные элементы дополнительно обращают внимание потребителя на слове «РОБКИ».

Высокая степень фонетического сходства доминирующих/единственных элементов сравниваемых обозначений приводит к заключению о фонетическом сходстве обозначений в целом, поскольку имеют место такие признаки, как 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; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; характер совпадающих частей обозначений.

Подобие заложенных в обозначения понятий и идей обусловлено единственно возможным прочтением доминирующего элемента заявленного обозначения как «пробки», то есть в качестве множественного числа от существительного «пробка», означающего легкий и мягкий пористый наружный слой коры некоторых древесных растений; закупорка для бутылок, а также для всяких небольших (обычно круглых) отверстий; электрический предохранитель – см. Толковый словарь Ожегова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/186246>). Сказанное приводит к заключению о смысловом сходстве обозначений.

Особенности графического исполнения сопоставляемых обозначений приняты во внимание, однако, они не приводят к выводу о несходстве сравниваемых

обозначений, ввиду превалирования фонетического и смыслового признаков сходства, совокупность которых обеспечивает ассоциирование заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков друг с другом в целом.

Следует отметить, что для признания обозначений сходными наличие всех признаков сходства не обязательно (пункт 42 Правил).

Таким образом, заявленное обозначение и товарный знак « **ПРОБКА** » по



свидетельству № 236834, а также знак « **ПРОБКА** » по международной регистрации № 1230368 являются сходными в целом, несмотря на некоторые отличия.

Что касается довода заявителя о существующей практике признания отсутствия сходства подобных обозначений, то она не относится к рассматриваемому случаю. Каждое обозначение уникально и возможность его регистрации рассматривается индивидуально.

Анализ однородности товаров и услуг, в отношении которых заявитель спрашивает правовую охрану заявленного обозначения, и товаров и услуг, в отношении которых действует правовая охрана противопоставленных товарных знаков, показал следующее.

Заявленные товары « *пиво; пиво солодовое; пиво имбирное; вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; экстракты хмельевые для изготовления пива; квас; коктейли безалкогольные; напитки безалкогольные; сусло пивное; сусло солодовое; эссенции безалкогольные для приготовления напитков* » однородны товарам « *aerated water; non-alcoholic aloe vera beverages; non-alcoholic aperitifs; beer; beer wort; beer-based cocktails; non-alcoholic ciders; non-alcoholic cocktails; essences for making beverages; extracts of hops for making beer; fruit juices; non-alcoholic fruit nectars; ginger ale; grape must, unfermented; isotonic beverages; kvass [non-alcoholic beverage]; lemonades; lithia waters; malt beer; malt wort; milk of almonds [beverage]; mineral waters [beverages]; must; non-alcoholic beverages; non-alcoholic fruit extracts; non-alcoholic fruit juice beverages; non-alcoholic honey-based beverages; orgeat; pastilles* ».

for effervescent beverages; peanut milk [non-alcoholic beverage]; powders for effervescent beverages; preparations for making aerated waters; preparations for making beverages; preparations for making liqueurs; preparations for making mineral waters; sarsaparilla [non-alcoholic beverage]; seltzer water; sorbet-type beverages; smoothies; soda water; syrups for beverages; syrups for lemonade; table waters; tomato juice (beverage); vegetable juices [beverages]; waters [beverages]; whey beverages» (газированная вода; безалкогольные напитки из алоэ вера; безалкогольные аперитивы; пиво; пивное сусло; коктейли на основе пива; безалкогольные сидры; безалкогольные коктейли; эссенции для приготовления напитков; экстракты хмеля для приготовления пива; фруктовые соки; нектары фруктовые безалкогольные; имбирный эль; виноградное сусло несброженное; изотонические напитки; квас [напиток безалкогольный]; лимонады; литиевые воды; солодовое пиво; солодовое сусло; миндальное молоко [напиток]; минеральные воды [напитки]; джусен; безалкогольные напитки; экстракты фруктов безалкогольные; безалкогольные напитки из фруктовых соков; безалкогольные напитки на медовой основе; оргия; пастилки для шипучих напитков; арахисовое молоко [безалкогольный напиток]; порошки для шипучих напитков; препараты для приготовления газированных вод; препараты для приготовления напитков; препараты для приготовления ликеров; препараты для приготовления минеральных вод; сарсапариль [безалкогольный напиток]; сельтерская вода; напитки типа щербет; смузи; содовая; сиропы для напитков; сиропы для лимонада; столовые воды; томатный сок (напиток); овощные соки [напитки]; воды [напитки]; сывороточные напитки), в отношении которых действует правовая охрана знака по международной регистрации № 1230368, по роду, виду, назначению, условиям реализации и кругу потребителей. Кроме того, данные товары обладают признаком взаимозаменяемости и могут быть отнесены потребителями к одному коммерческому источнику.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; продвижение продаж для третьих лиц; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; прокат торговых автоматов;

реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама телевизионная; реклама почтой; макетирование рекламы; маркетинг; обновление рекламных материалов; оформление рекламных материалов; оформление витрин; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; производство рекламных фильмов; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиши; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; услуги рекламные «оплата за клик» / услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба» по родовой принадлежности, а также по виду и назначению однородны таким услугам противопоставленной регистрации № 1230368, как «*administrative processing of purchase orders; advertising; advertising agencies; advertising by mail order; provision of advice regarding commercial business management; auctions; business appraisals; company auditing; business efficiency expert services; commercial information; business inquiries; business investigations; business management and organization consultancy services; assistance with the management of business activities; services provided by consultants regarding company management; business management on behalf of independent service providers; administrative management of hotels; commercial management for performing artists; management of commercial activities for sports people; services provided by consultants relating to company organization; business project management services for construction projects; business investigations; commercial administration of the licenses for goods and services of others; commercial information agencies; commercial information and advice for consumers [consumer advice shops]; business middleman services; assistance for commercial or industrial company management; cost-price*

analyses; demonstration of goods; direct mail advertising; dissemination of advertisements; distribution of samples; document reproduction; economic forecasting; import-export agencies; layout design services for advertising purposes; marketing; marketing research; marketing studies; modeling services for advertising or sales promotion purposes; mediation and conclusion of commercial transactions for others; office machines and equipment rental; on line advertising on a computer network; opinion polling; organization of exhibitions for commercial and advertising purposes; organization of fashion shows for promotional purposes; organization of trade fairs for commercial or advertising purposes; outsourcing services [business assistance]; pay-per-click advertising; photocopying services; presentation of goods on communication media for retailing; price comparison services; procurement services for others [purchasing goods and services for other businesses]; production of advertising films; services provided by professional business consultants; provision of information relating to commercial and business contacts; public relations; publication of advertising texts; rental of advertising material; radio commercials; business relocation services; rental of advertising space; rental of advertising time on communication media; rental of photocopying machines; rental of sales stands; rental of vending machines; retail or wholesale services for pharmaceutical, veterinary and sanitary preparations as well as for medical supplies; sales promotion for others; secretarial services; shop window dressing; shorthand; research for sponsorship; telemarketing services; television commercials; transcription of communications [office functions]; typing services; updating of advertising material; word processing; writing of advertising texts» (административная обработка заказов на покупку; реклама; рекламные агентства; реклама по почте; предоставление консультаций по управлению коммерческим бизнесом; аукционы; оценка бизнеса; аудит компаний; услуги экспертов по эффективности бизнеса; коммерческая информация; деловые запросы; бизнес-расследования; консультационные услуги по управлению бизнесом и организации; помощь в ведении хозяйственной деятельности; услуги консультантов по управлению компанией; управление бизнесом от имени независимых поставщиков услуг; административное управление гостиницами; коммерческий менеджмент артистов-исполнителей;

управление коммерческой деятельностью для спортсменов; услуги консультантов по организации компании; услуги по управлению бизнес-проектами для строительных проектов; бизнес-расследования; коммерческое управление лицензиями на товары и услуги других лиц; агентства коммерческой информации; коммерческая информация и консультации для потребителей [консультации для потребителей]; услуги бизнес-посредника; помощь в управлении коммерческой или промышленной компанией; анализ себестоимости; демонстрация товаров; прямая почтовая реклама; распространение рекламы; раздача образцов; репродукция документа; экономическое прогнозирование; импортно-экспортные агентства; услуги по разработке макетов для рекламных целей; маркетинг; маркетинговое исследование; маркетинговые исследования; услуги моделирования для целей рекламы или стимулирования сбыта; посредничество и заключение коммерческих сделок для других; аренда оргтехники и оборудования; он-лайн реклама в компьютерной сети; опрос общественного мнения; организация выставок в коммерческих и рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; услуги аутсорсинга [помощь бизнесу]; реклама с оплатой за клик; копировальные услуги; представление товаров на коммуникационных носителях для розничной торговли; сервисы сравнения цен; услуги по закупкам для других [приобретение товаров и услуг для других предприятий]; производство рекламных фильмов; услуги профессиональных бизнес-консультантов; предоставление информации о коммерческих и деловых контактах; связи с общественностью; публикация рекламных текстов; прокат рекламных материалов; реклама на радио; услуги по переезду бизнеса; аренда рекламных площадей; аренда рекламного времени на средствах массовой информации; аренда копировальной техники; аренда торговых палаток; аренда торговых автоматов; розничная или оптовая торговля фармацевтическими, ветеринарными и санитарными препаратами, а также товарами медицинского назначения; стимулирование сбыта для других; секретарские услуги; оформление витрин магазинов; стенография; исследование для спонсорства; услуги телемаркетинга; телевизионные рекламные ролики;

расшифровка сообщений [служебные функции]; услуги набора текста; обновление рекламных материалов; обработка текстов; написание рекламных текстов).

Заявленные услуги 43 класса МКТУ «кафе; кафетерии; закусочные; рестораны; рестораны самообслуживания; услуги баров» однородны услугам «обслуживание баров; буфеты; буфеты общественные; закусочные; кафе; кафетерии; обслуживание обедов, свадеб и т.п.; рестораны; рестораны самообслуживания; снабжение продовольственными товарами» противопоставленного товарного знака по свидетельству № 236834, поскольку они относятся к одной родовой группе, имеют одинаковые назначение, условия оказания, круг потребителей.

С учетом вышеизложенного все товары и услуги заявленного перечня однородны товарам и услугам, имеющимся в перечнях регистраций №№ 1230368 и 236834, правообладателями которых являются иные лица.

Таким образом, заявленное обозначение не соответствует пунктам 3 и 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных товаров и услуг. При таких обстоятельствах у коллегии не имеется оснований для отмены решения Роспатента от 27.10.2021.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.08.2022, оставить в силе решение Роспатента от 27.10.2021.