


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

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью 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 апреля 2020 г. № 644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 года № 59454, вступившими в силу 06.09.2020, рассмотрела возражение, поступившее 30.08.2021, поданное ООО «БИР ХАУС», г. Ярославль (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2019745160, при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2019745160 было подано 10.09.2019 на регистрацию товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ:

35 - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения;

изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; 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 показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная

в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPC; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая.

43 - агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; дома для престарелых; закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; мотели; пансионаты; пансионаты для животных; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат осветительной аппаратуры; прокат палаток; прокат передвижных строений; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; столовые на производстве и в учебных заведениях; украшение еды; украшение тортов; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги кемпингов; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; ясли детские.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2019745160 было принято 29.04.2021 на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «BEER HOUSE» (Beer house – в переводе с английского языка – пивной дом) препятствуют регистрации заявленного обозначения в отношении услуг 43 класса (например: столовые на производстве и в учебных заведениях; ясли детские) в силу противоречия общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Поскольку в состав заявленного обозначения входят неохранные словесные элементы «Фирменный магазин разливных напитков», регистрация заявленного обозначения в отношении части заявленных услуг 35 класса (например: продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; менеджмент спортивный и т.д.) способна ввести потребителя в заблуждение, относительно назначения услуг.

Помимо этого, входящие в состав заявленного обозначения изобразительные элементы в виде звезд являются неохранными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладают различительной способностью и являются общепринятыми символами для классификации услуг однородных заявленным.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с товарными знаками, включающими словесный элемент «Бирхаус» (свидетельство №711449 с приоритетом от 25.01.2018, свидетельство №598909 с приоритетом от 23.07.2015), зарегистрированными на имя Данилюка А.Н., г.Омск, для однородных услуг 35 и 43 классов.

- с товарным знаком, включающим словесный элемент «beerhouse» (свидетельство №657378 с приоритетом от 09.09.2016), зарегистрированным на

имя Общества с ограниченной ответственностью «ПИКС», г. Челябинск, для однородных услуг 35 и 43 классов.

При сопоставительном анализе сравниваемых обозначений учитывалось очевидное фонетическое сходство словесных элементов «BeerHouse» / «Бирхаус» / «beerhouse», в связи с чем, сравниваемые обозначения квалифицируются экспертизой как сходные до степени смешения по фонетическому критерию оценки сходства обозначений.

При оценке однородности заявленных услуг 35, 43 классов МКТУ услугам 35, 43 классов МКТУ, для которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки, экспертизой было установлено, что они соотносятся между собой как родовые и видовые.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 30.08.2021, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента и в обосновании своей позиции привел следующие доводы:

- заявитель согласен с признанием словесных элементов, входящих в состав заявленного обозначения «BEER HOUSE» и изобразительного элемента в виде звезд неохранными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку они представляют собой видовое наименование организации, характеризуют заявленные услуги, указывая на их вид и назначение, и просит принять к регистрации указанные выше элементы как неохранные;
- относительно доводов, основанных на положении пункта 3 статьи 1483 Кодекса, указывающих, что заявленное обозначение будет вводить потребителя в заблуждение относительно вида, назначения услуг, заявитель возражений не имеет и просит исключить из перечня заявленных услуг все услуги, вводящие потребителя в заблуждение, и принять к регистрации иные услуги, в отношении которых пункт 3 статьи 1483 Кодекса не применен;
- заявитель возражает относительно применения к заявленному обозначению положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса, учитывая, что часть заявленного обозначения, а именно элемент «BEER HOUSE», имеет перевод как «ДОМ ПИВА», на основании чего является неохранным элементом на

основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку представляет собой видовое наименование организации, характеризует заявленные услуги, указывая на их вид и назначение, соответственно, в отношении элемента, не обладающего самостоятельной правовой охраной, применение пункта 6 статьи 1483 Кодекса не представляется возможным;

- заявитель полагает, что словесные элементы «Бирхаус», включенные в противопоставленные товарные знаки, не имеют семантики и являются фантазийными, поэтому не были выведены из под охраны;

- по мнению заявителя, противопоставленные товарные знаки не являются сходными с заявленным обозначением, поскольку в сравниваемых обозначениях присутствует различный вид шрифта, графическое написание характера букв не содержит сходных черт, расположение букв по отношению друг к другу имеет существенные различия;

- заявитель также обращает внимание на изобразительные элементы сравниваемых обозначений, поскольку они оказывают особое влияние на общее зрительное впечатление, формируя вывод об отсутствии графического сходства;

- заявитель не усматривает наличие какого-либо признака сходства в отношении сравниваемых обозначений, поскольку словесные элементы «BEER HOUSE» переводятся как «дом пива», а словесный элемент «БИРХАУС» не имеет семантики, на основании чего является фантазийным.

Резюмируя изложенное, заявитель делает вывод, что заявленное и противопоставленные обозначения не имеют графического (визуального) и смыслового (семантического) сходства и производят различное зрительное впечатление.

На основании изложенного заявитель, просит зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака.

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

С учетом даты (10.09.2019) поступления заявки №2019745160 на регистрацию товарного знака, правовая база для оценки его охраноспособности

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 Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года №482, и введенные в действие 31 августа 2015 года (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1(3) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

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

В соответствии с пунктом 3(1) 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 при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или 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.

В соответствии с требованиями пункта 6(2) 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 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.

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.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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).

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.

В качестве товарного знака, как указано выше, заявлено комбинированное



обозначение, включающее словесный элемент «Beer House», выполненный буквами латинского языка в оригинальном графическом исполнении, а также словесные элементы «ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН РАЗЛИВНЫХ НАПИТКОВ», выполненные мелким шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Изобразительный элемент представлен в виде оригинальной бочки, по бокам от которой расположены стилизованные колосья. Под бочкой расположено стилизованное изображение пяти звезд. Внутри бочки расположено стилизованное изображение буквы «Н». Вся композиция расположена на фоне квадрата черного цвета.

В композиции заявленного обозначения доминирующее положение занимают словесные элементы «BeerHouse», которые могут быть переведены на русский язык как «Пивной Дом» или «Дом пива», поскольку в комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом, как правило, является словесный элемент, так как он легче запоминается и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения.

Заявитель выразил согласие с тем, что включенные в состав заявленного обозначения словесные элементы «ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН РАЗЛИВНЫХ НАПИТКОВ» и изобразительный элемент в виде звезд являются неохранными элементами обозначения. Кроме того, заявитель выразил согласие с исключением из заявленного перечня тех услуг 35, 43 классов МКТУ, которые могут противоречить общественным интересам и вызывать в сознании потребителя ложные ассоциации, что позволяет снять основания для отказа в регистрации по пункту 3(1) статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что в заключении по результатам экспертизы отсутствует вывод о том, что словесные элементы «BeerHouse» являются неохранными элементами в составе заявленного обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Анализ семантики указанных словесных элементов не дает оснований для вывода о том, что словосочетание «Beer House» или «Пивной Дом» прямо и однозначно указывает на видовое наименование предприятия или организации, принятое в Российской Федерации, как, например, кафе, гостиница, магазин и т.п.

Коллегия также не располагает убедительными и достоверными сведениями о том, что словосочетание «Beer House» на дату подачи заявки получило широкое распространение в качестве названия торгового или производственного предприятия или предприятия общественного питания.

Для российского потребителя указанные словесные элементы могут лишь вызывать ассоциативное представление о том, что услуги, которые оказываются под этим обозначением, как-то связаны с пивом, соответственно, для того, чтобы сформулировать описательную характеристику оставшейся части заявленных услуг 35, 43 классов МКТУ, маркированных обозначением «Beer House», среднему российскому потребителю могут понадобиться дополнительные рассуждения, домысливания, ассоциации, которые могут быть различными.

Таким образом, коллегия не находит достаточных оснований для включения словесного элемента «BeerHouse» в состав товарного знака в качестве

неохраняемого элемента для ограниченного перечня услуг 35, 43 классов МКТУ, которые удовлетворяют требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

На основании пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака препятствуют следующие товарные знаки, зарегистрированные с более ранним приоритетом на имя Данилюка А.Н., г.Омск:

- товарный знак «Бирхаус» по свидетельству №598909 [1], зарегистрированный, в частности, в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ:

35 - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц, агентства по импорту-экспорту, агентства по коммерческой информации, агентства рекламные, анализ себестоимости, аренда площадей для размещения рекламы, аудит коммерческий, бюро по найму, ведение автоматизированных баз данных, ведение бухгалтерских документов, выписка счетов, демонстрация товаров, запись сообщений [канцелярия], изучение общественного мнения, изучение рынка, информация деловая, информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная], исследования в области бизнеса, исследования конъюнктурные, исследования маркетинговые, комплектование штата сотрудников, консультации по вопросам организации и управления бизнесом, консультации по организации бизнеса, консультации по управлению бизнесом, консультации по управлению персоналом, консультации профессиональные в области бизнеса, макетирование рекламы, маркетинг, менеджмент в области творческого бизнеса, менеджмент спортивный, написание резюме для третьих лиц, обзоры печати, обновление рекламных материалов, обновление и поддержка информации в электронных базах данных, обработка текста, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация подписки на газеты для третьих лиц, организация показов мод в рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, оформление витрин, оформление рекламных материалов, оценка коммерческой деятельности, подготовка платежных документов, поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц, поиск поручителей, помощь в управлении бизнесом, помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями, посредничество коммерческое [обслуживание], предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов, предоставление деловой информации через веб-сайты, предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг, презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, прогнозирование экономическое, продажа аукционная, продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения, продвижение продаж для третьих лиц, производство рекламных фильмов, прокат офисного оборудования и аппаратов, прокат рекламного времени в средствах массовой информации, прокат рекламных материалов, прокат рекламных щитов, прокат торговых автоматов, прокат торговых стоек, прокат торговых стендов, прокат фотокопировального оборудования, публикация рекламных текстов, радиореклама, расклейка афиш, реклама наружная, распространение образцов, распространение рекламных материалов, рассылка рекламных материалов, редактирование рекламных текстов, реклама, реклама интерактивная в компьютерной сети, реклама почтой, реклама телевизионная, репродуцирование документов, сбор и предоставление статистических данных, сбор информации в компьютерных базах данных, сведения о деловых операциях, систематизация информации в компьютерных базах данных, службы

консультационные по управлению бизнесом, согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц, составление налоговых деклараций, составление отчетов о счетах, телемаркетинг, тестирование психологическое при подборе персонала, управление внешнее административное для компаний, управление гостиничным бизнесом, управление деятельностью внештатных сотрудников, управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц, управление коммерческими проектами для строительных проектов, управление процессами обработки заказов товаров, услуги в области общественных отношений, услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров, услуги машинописные, услуги по переезду предприятий, услуги по подаче налоговых деклараций, услуги по поисковой оптимизации Интернет-сайта, услуги по оптимизация трафика веб-сайта, услуги по сравнению цен, услуги рекламные "оплата за клик", услуги ррс, услуги секретарей, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], услуги стенографистов, услуги субподрядные [коммерческая помощь], услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов, услуги фотокопирования, экспертиза деловая.

43 - агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты], аренда временного жилья, аренда помещений для проведения встреч, базы отдыха, бронирование мест в гостиницах, бронирование мест в пансионатах, бронирование мест для временного жилья, гостиницы, дома для престарелых, закусочные, кафе, кафетерии, мотели, пансионаты, пансионаты для животных, прокат кухонного оборудования, прокат мебели, столового белья и посуды, прокат осветительной аппаратуры, прокат палаток, прокат передвижных строений, прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды, рестораны, рестораны самообслуживания, создание кулинарных скульптур, столовые на производстве и в учебных заведениях, услуги баз отдыха [предоставление жилья], услуги баров, услуги кемпингов, услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом, ясли детские.



- товарный знак «  » по свидетельству №711449 [2], зарегистрированный, в частности, в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ:

35 - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц, агентства по импорту-экспорту, агентства по коммерческой информации, агентства рекламные, анализ себестоимости, аренда площадей для размещения рекламы, аудит коммерческий, бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании, бюро по найму, ведение автоматизированных баз данных, ведение бухгалтерских документов, выписка счетов, демонстрация товаров, запись сообщений [канцелярия], изучение общественного мнения, изучение рынка, информация деловая, информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная], исследования в области бизнеса, исследования конъюнктурные, исследования маркетинговые, комплектование штата сотрудников, консультации по вопросам организации и управления бизнесом, консультации по организации

бизнеса, консультации по связям с общественностью в рамках коммуникационной стратегии, консультации по управлению бизнесом, консультации по управлению персоналом, консультации профессиональные в области бизнеса, консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии, макетирование рекламы, маркетинг, менеджмент в области творческого бизнеса, менеджмент спортивный, написание резюме для третьих лиц, написание текстов рекламных сценариев, обзоры печати, обновление и поддержание информации в регистрах, обновление и поддержка информации в электронных базах данных, обновление рекламных материалов, обработка текста, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация подписки на газеты для третьих лиц, организация показов мод в рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, оформление витрин, оформление рекламных материалов, оценка коммерческой деятельности, подготовка платежных документов, поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц, поиск поручителей, помощь в управлении бизнесом, помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями, посредничество коммерческое [обслуживание], предоставление деловой информации через веб-сайты, предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов, предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг, предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью, презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, прогнозирование экономическое, продажа аукционная, продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения продвижение продаж для третьих лиц, производство программ телемагазинов, производство рекламных фильмов, прокат офисного оборудования и аппаратов, прокат рекламного времени в средствах массовой информации, прокат рекламных материалов, прокат рекламных щитов, прокат торговых автоматов, прокат торговых стендов/прокат торговых стоек, прокат фотокопировального оборудования, публикация рекламных текстов, радиореклама, расклейка афиш/реклама наружная, распространение образцов, распространение рекламных материалов, рассылка рекламных материалов, регистрация данных и письменных сообщений, редактирование рекламных текстов, реклама, реклама интерактивная в компьютерной сети, реклама почтой, реклама телевизионная, репродуцирование документов, сбор и предоставление статистических данных, сбор информации в компьютерных базах данных, сведения о деловых операциях, систематизация информации в компьютерных базах данных, службы консультативные по управлению бизнесом, согласование деловых контрактов для третьих лиц, согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц, составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях, составление налоговых деклараций, составление отчетов о счетах, телемаркетинг, тестирование психологическое при подборе персонала, управление внешнее административное для компаний, управление гостиничным бизнесом, управление деятельностью внештатных сотрудников, управление коммерческими проектами для строительных проектов, управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц, управление потребительской лояльностью, управление программами часто путешествующих, управление процессами обработки заказов товаров, услуги в области общественных отношений, услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров, услуги машинописные, услуги по напоминанию о встречах [офисные функции], услуги по оптимизации трафика веб-сайта, услуги по переезду предприятий, услуги по подаче налоговых деклараций, услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж, услуги по программированию встреч (офисные функции), услуги по сравнению цен, услуги рекламные "оплата за клик"/услуги PPC, услуги секретарей, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], услуги


стенографистов, услуги субподрядные [коммерческая помощь], услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов, услуги фотокопирования, экспертиза деловая.

43 - агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты], услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом, дома для престарелых, кафе, кафетерии, услуги кемпингов, аренда временного жилья, пансионаты, базы отдыха, бары, гостиницы, рестораны, бронирование мест в пансионатах, бронирование мест в гостиницах, рестораны самообслуживания, закусочные, услуги баров, услуги баз отдыха [предоставление жилья], прокат передвижных строений, бронирование мест для временного жилья, мотели, прокат мебели, столового белья и посуды, аренда помещений для проведения встреч, прокат палаток, прокат кухонного оборудования, прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды, прокат осветительной аппаратуры, создание кулинарных скульптур.

В противопоставленных товарных знаках [1] – [2] доминирующее положение занимает словесный элемент «БИРХАУС», обладающий фонетическим сходством, близким к тождеству, с основным словесным элементом заявленного обозначения «BeerHouse».

Кроме того, препятствием для государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака также был признан комбинированный



товарный знак «» по свидетельству №657378 [3], зарегистрированный в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ:

35 - продажа розничная и оптовая (в частности пива и сопутствующих пиву товаров); продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами].

43 - закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; услуги баров.

В композиции товарного знака [3] доминирующее положение занимает не охраняемый словесный элемент «ПИВНУШКА», кроме того, в товарном знаке присутствует слово «beerhouse», обладающее фонетическим и семантическим тождеством с доминирующим словесным элементом заявленного обозначения.

Коллегия приняла во внимание то обстоятельство, что вероятность смешения сравниваемых обозначений 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.

Таким образом, сходство заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками обусловлено фонетическим сходством, близким к тождеству доминирующих словесных элементов «BeerHouse» - «БИРХАУС», входящих в состав заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] – [2], установленным на основании наличия совпадающих гласных и согласных звуков, расположенных в одинаковой последовательности, а также фонетическим и семантическим тождеством словесных элементов «BeerHouse» - «beerhouse», входящих в состав заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [3].

Однородность услуг 35, 43 классов МКТУ с соответствующими услугами, в отношении которых охраняются противопоставленные товарные знаки, обусловлена принадлежностью их к одним видовым и родовым группам услуг, при этом большая часть заявленных услуг полностью идентична с услугами, включенными в противопоставленные товарные знаки [1] – [3].

Соответственно, однородные и идентичные услуги характеризуются одним назначением, одинаковым кругом потребителей и условиями их оказания.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки в отношении однородных и идентичных услуг 35, 43 классов МКТУ способны вызывать сходные ассоциации, несмотря на отдельные визуальные отличия, что обуславливает общий вывод об их сходстве до степени смешения.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия установила, что вывод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса, сделанный в заключении по результатам экспертизы, на основании которого принято решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2019745160, следует признать обоснованным.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 30.08.2021, и оставить в силе решение Роспатента от 29.04.2021.**