

произведена в нарушение требований, установленных положением пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, поступившего 07.11.2022, сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарного знака **ТОЧКА** ^{*it's fine*} (2), зарегистрированного по свидетельству № 681524 с приоритетом от 11.04.2017 для товаров 29, 30, 32, услуг 43 классов МКТУ;
- Роспатентом произведена регистрация оспариваемого товарного знака (1) по свидетельству № 883355, который является сходным до степени смешения с товарным знаком (2) по свидетельству № 681524, принадлежащим лицу, подавшему возражение, в отношении однородных товаров и услуг, в результате чего возникает вероятность смешения;
- лицо, подавшее возражение, активно использует зарегистрированный товарный знак (2) в своей предпринимательской деятельности в части предоставления населению услуг и продажи товаров в популярной сети ресторанов быстрого питания в г. Грозный, владельцем которой он является;
- правообладатель использует в своей деятельности оспариваемый товарный знак (1), который является сходным до степени смешения с товарным знаком (2) лица, подавшего возражение, в отношении товаров и услуг ресторанов быстрого питания;
- в июне 2022 г. правообладатель подал в Роспатент и иные заявки в отношении товарных знаков, содержащих словесный элемент «Вкусно - и точка» (заявки №№ 2022738208, 2022739064, 2022738453);
- сравниваемые товарные знаки (1) и (2) зарегистрированы в отношении однородных товаров 29, 30, 32 и услуг 43 классов МКТУ;
- словесные элементы «Вкусно - и точка» (1) и «ТОЧКА *it's fine*» (2) сравниваемых товарных знаков сходны фонетически за счет наличия в них слова «ТОЧКА», и которое является основополагающим фактором для вывода о сходстве до степени смешения между знаками. Наличие дополнительных словесных элементов: «Вкусно - и» и «*It's fine*» придает незначительное отличие в звучании;
- графическое сходство сравниваемых товарных знаков (1) и (2) незначительно, поскольку у оспариваемого товарного знака (1) использована стандартная графика. Однако, в связи с тем, что основным элементом у обоих товарных знаков является

тождественный словесный элемент «Точка», выполненный в одном шрифте и в кириллице, внимание потребителя концентрируется именно на них из-за фонетического сходства, что в итоге определяет общее зрительное впечатление, производимое дынными обозначениями в целом;

- словесная часть «Точка» сравниваемых товарных знаков выполнена в кириллице, и представляет собой полисемантическое слово (знак препинания, определенное место в пространстве, основное понятие геометрии и т.п.);

- лицом, подавшим возражение, приведены выдержки из различных словарей и законодательства;

- использование правообладателем в названии товарного знака фразеологизма «и точка» не является случайным. Слово «Точка» используется как в переносном, так и в прямом смыслах, что также подтверждается, и характером использования правообладателем словесного элемента «Точка» в графическом изображении;

- исходя из общественного мнения, отраженного в сети Интернет, потребителями воспринимается название товарного знака «Вкусно - и точка» (1) как просто «точка», то есть в значении слова как «место» (приведены выдержки с сайта pikabu.ru, myslo.ru, sostav.ru);

- правообладатель использует основной словесный элемент «Точка» в прямом значении как «Место», поскольку убирает из словосочетания знак препинания «тире»;

- семантика оспариваемого товарного знака (1) в целом понимается как «здесь вкусно - окончательно решено, что в этом месте»;

- семантика противопоставленного товарного знака (2) - «выбранное место, где можно поесть - это отличное место, где вкусно»;

- сравниваемые товарные знаки сходны по семантическому критерию сходства словесных обозначений, а словесные элементы «Вкусно - и» и «*It's fine*» усиливает смысловое сходство знаков в целом.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку (1) по свидетельству № 883355 в отношении всех товаров 29, 30, 32 и услуг 43 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В подтверждение своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

- распечатки с сайтов об общественном мнении о названии товарного знака «Вкусно и точка» - (3);
- копия свидетельства № 681524 на товарный знак «ТОЧКА *it's fine*» - (4);
- копия свидетельства о постановке на учет в налоговом органе Гагалова Калуги Мусаевича - (5).

Правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству № 883355 был в установленном порядке извещен о поступившем возражении и представил отзыв по его мотивам. Основные доводы отзыва и последующих дополнений к нему сводятся к следующему:

- в отзыве приведены ссылки на нормы законодательства, руководства и обзоры судебной практики;
- сравниваемые товарные знаки семантически не сходны. В них различаются главные слова, которые определяют их смысловое значение. Оспариваемый товарный знак (1) представляет собой словосочетание, слова в котором связаны синтаксически и грамматически с использованием пунктуационного знака (тире), а также соединительного союза «и»;
- в оспариваемом товарном знаке (1) главным (определяющим смысловое значение) является слово «Вкусно». В свою очередь, словесный элемент «и точка» является зависимым, поскольку представляет собой конкретизирующий комментарий в отношении указанного главного слова и не может функционировать автономно. Основой для понимания рассматриваемой речевой формы в изолированном употреблении оказывается компонент «Вкусно». Данный вывод дополнительно подтверждается лингвистическим заключением, подготовленным комиссией специалистов в составе доктора филологических наук, профессора Баранова А.Н., а также доктора филологических наук, доцента Гуревич Л.С.;
- противопоставленный товарный знак (2) представляет собой словосочетание «*it's fine* ТОЧКА». Словесный элемент «*it's fine*» может переводиться как «все в порядке», «все хорошо» или «это хороший (прекрасный)». Следовательно, в целом словосочетание «*it's fine* ТОЧКА» может иметь значение «это хорошая (прекрасная)

точка». Также речевая форма может передавать смысл «место, в котором все хорошо (прекрасно)». Логическое ударение падает на существительное «ТОЧКА» (выделение его прописными буквами), которое выполняет в словосочетании главную смысловую номинативную функцию;

- в словосочетаниях «Вкусно - и точка» и «it's fine ТОЧКА» наиболее существенными и определяющими смысловое значение являются словесные элементы: «Вкусно» и «ТОЧКА», соответственно. Между тем, слова «Вкусно» и «ТОЧКА», на которые падает логическое ударение, относятся к разным частям речи и имеют совершенно разное смысловое значение. Кроме того, в данном случае отсутствует подобие понятий, поскольку слова «Вкусно» и «ТОЧКА», определяющие основной смысл товарных знаков, очевидным образом относятся к понятиям разных категорий;

- в целом словосочетание «Вкусно - и точка» имеет значение: «приятно на вкус и это всё, то есть окончательное решение». Речевая форма «it's fine ТОЧКА» передает следующий смысл: «это хорошая (прекрасная) точка» или «это место, в котором все хорошо (прекрасно)»;

- в словарных источниках отсутствует перевод словесного элемента «it's fine» в значении «вкусно»;

- материалы не содержат сведений о реальном восприятии обозначения «Вкусно - и точка» российскими потребителями соответствующих товаров и услуг;

- на дату подачи возражения обозначение «Вкусно - и точка» приобрело дополнительное смысловое значение, которое также препятствует его смешению с противопоставленным товарным знаком (2), не имеющим подобных ассоциаций. Обозначение «Вкусно - и точка» используется в качестве наименования сети ресторанов, пришедшей на смену «Макдоналдс» в России. Соответствующая новость широко обсуждалась в российских СМИ и имела большой общественный резонанс. Таким образом, в глазах российских потребителей обозначение «Вкусно - и точка» прочно ассоциируется с брендом, пришедшим на смену «Макдоналдс»;

- сравниваемые товарные знаки «Вкусно - и точка» (1) и «it's fine ТОЧКА» (2) имеют фонетические различия. Восприятие и прочтение/произношение товарных знаков начинается со словесных элементов «Вкусно» и «it's fine», имеющих абсолютно

разное звучание. В свою очередь, совпадающие по звучанию элементы «точка» расположены в конце словосочетаний и имеют более короткий звуковой ряд, чем начальные элементы;

- сравниваемые товарные знаки (1) и (2) различаются графически, выполнены разным шрифтом, в том числе буквами разного алфавита, а также разным цветом. При этом визуально в противопоставленном товарном знаке за счет своего большего размера доминирует слово «ТОЧКА». В оспариваемом товарном знаке (1) по своему размеру и положению, с которого начинается восприятие обозначения, визуально доминирует первое слово «Вкусно». Кроме того, сравниваемые товарные знаки (1) и (2) имеют разную внешнюю форму, оказывающую существенное влияние на общее зрительное впечатление;

- наличие в сравниваемых товарных знаках (1) и (2) слова «точка» само по себе не свидетельствует о сходстве товарных знаков до степени смешения;

- при сравнении словесных обозначений, связанных по смыслу и грамматически, принимается во внимание всё обозначение в целом, а не его отдельные части;

- в отношении однородных товаров и услуг, связанных с обеспечением пищевыми продуктами и напитками, на имя разных лиц зарегистрировано и используется большое количество товарных знаков и обозначений со словом «точка», в том числе с указанием данного слова в качестве неохраняемого элемента (свидетельства №№ 798192, 510007, 680139, 685508, 518876, 590394 и другие), в связи с чем, индивидуализирующая способность данного слова самого по себе является низкой;

- противопоставленный товарный знак «it's fine ТОЧКА» (2) не является широко известным, длительно и широко не используется на территории Российской Федерации, не обладает большой различительной способностью, в связи с чем, отсутствуют обстоятельства, усиливающие угрозу смешения;

- в возражении не были приведены какие-либо доказательства фактического смешения спорных обозначений в глазах потребителей (например, результаты опроса мнения потребителей соответствующих товаров);

- на стадии рассмотрения заявки № 2017713959 на регистрацию противопоставленного товарного знака «it's fine ТОЧКА» (2) лицо, подавшее возражение, занимало противоположную в отношении влияния совпадения слова

«точка», а также элемента «*it's fine*» на сходство товарных знаков до степени смешения. Так, на стадии экспертизы были противопоставлены товарные знаки третьих лиц по свидетельствам №№ 377216, 373523, 373517, содержащие единственный словесный элемент «ТОЧКА»;

- на стадии экспертизы обозначения «*it's fine* ТОЧКА» лицо, подавшее возражение, утверждало, что совпадение слова «точка» не свидетельствует о сходстве товарных знаков до степени смешения, а дополнительный словесный элемент «*it's fine*» позволяет различать товарные знаки со словом «точка». После получения правовой охраны товарного знака (2) лицо, подавшее возражение, заняло противоположную позицию, которую положило в основу настоящего возражения. Действия лица, подавшего возражение, являются недобросовестными, нарушают требования статьи 10 Кодекса и не соответствуют принципу «эстоппель»;

- к оказываемым сторонами услугам 43 класса МКТУ потребители внимательно относятся;

- представленные результаты социологического опроса дополнительно свидетельствуют об отсутствии сходства сравниваемых товарных знаков (1) и (2).

В подтверждение своих доводов правообладатель приводит следующие документы:

- лингвистическое заключение Баранова А.Н. и Гуревич Л.С. – (6);

- сведения из онлайн-словарей о переводе словесных элементов «*it's fine*», «*it's*» и слова «*fine*» – (7);

- сведения из Лингвистического энциклопедического словаря – (8);

- сведения из учебного пособия «Искусство речи» – (9);

- выдержки из российских СМИ с освещением новости о том, что бывшие рестораны сети «Макдоналдс» открылись в России под брендом «Вкусно - и точка» – (10);

- примеры фактического использования товарных знаков со словом «точка» – (11);

- ответ Гагалова К.М. на уведомление экспертизы – (12);

- заключение Лаборатории социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН № 22-2023 от 21.02.2023 г. – (13).

От лица, подавшего возражение, поступили дополнительные пояснения на отзыв, основные доводы которых сводятся к следующему:

- в представленных правообладателем исследованиях специалистами не был проведен анализ товарных знаков в полном объеме. Перед специалистами была поставлена задача провести только анализ семантического содержания сравниваемых товарных знаков (1) и (2), в то время как предметом спора выступают словесные обозначения товарных знаков, сходство которых оценивается не только по семантическим признакам, но и фонетическим, и графическим признакам;
- лицом, подавшим возражение, приведены выдержки из действующего законодательства, судебной практики;
- при восприятии противопоставленного товарного знака (2) потребитель сначала визуально и ментально отмечает слово «Точка», потом воспринимает элемент «*It ' s fine*», то есть восприятие идет по главному слову «Точка»;
- местоимение «It» в соответствии с данными англо-русских словарей, а также толковых англоязычных словарей, в устойчивом речевом обороте "*It's fine*» и в контексте товарного знака с таким порядком восприятия, как это понимает потребитель - «Точка *It's fine*», то есть находясь в постпозиции по отношению к существительному «точка», переводится как «это»;
- авторы заключения разбирают именно выгодную синтаксическую конструкцию при семантическом переводе обозначения, где, определение «*It's fine*» ставится перед главным словом «Точка». Но делая перевод в другом порядке, обращается внимание на графическое выделение слова «ТОЧКА» как на главное слово и приводится только одно его лексическое значение как «место». Все его остальные значения, из которых проводится окончательный выбор, и причины, по которым в итоге было выбрано приведенное значение слова при всем его лексическом многообразии, не указывается;
- в прилагаемом правообладателем ответе ИП Гагалова К.М. на уведомление о результатах проверки соответствия заявленного обозначения от 23 августа 2018 года
- семантическое значение товарного знака при оценке степени сходства с противопоставленными ему в 2018 году товарными знаками изначально было определено как «все хорошо и точка»;
- лицу, подавшему возражение, не ясно, по какой причине в речевой форме «Вкусно
- и точка» в ситуации сопоставления и в изолированном употреблении наиболее

существенным оказывается компонент «Вкусно», в то время как в речевой форме «*it's fine* ТОЧКА» в ситуации сопоставления наиболее существенным оказывается компонент «It's fine», а в изолированном употреблении наиболее существенным - компонент «ТОЧКА»;

- анализируя речевые формы в изолированном употреблении, специалисты не дают понятия и перевода с английского языка выражения «*It's fine*»;

- анализируя речевые формы в товарном знаке "Вкусно - и точка" в ситуации сопоставления и в изолированном употреблении слов, специалисты указывают на слово "вкусно", как главный компонент данной речевой формы, но опять же не используют вариации лексической многозначности слова "точка", и принимают только одно его значение как "это все, окончательное решение, окончательный вывод";

- исходя из материалов возражения использование в обозначении слова «точка» является не случайным и изначально правообладатель закладывал в это понятие двусмысленное значение - в значении как «окончательно решено» и как «место»;

- лицо, подавшее возражение, настаивает, что в сравниваемых товарных знаках (1) и (2) прослеживается общность заложенных в эти обозначения идей, так как словесный элемент «Точка» употребляется в разном значении, что, в свою очередь, может вызывать у потребителей сходные ассоциации относительно производителя конкретного товара, услуги;

- средним потребителем соответствующих товаров и услуг товарный знак (2) может восприниматься - как качественная и вкусная еда (приятная на вкус);

- специалисты исследований не исследуют вопрос о том, возможно ли применение английского слова «*fine*», которое может быть и прилагательным, использовано в качестве определения пищи;

- сеть ресторанов правообладателя открыта по всей России, правообладатель позиционирует открытие все новых и новых ресторанов, в том числе и, возможно, в г. Грозный. С 2013 г. лицо, подавшее возражение, активно использует противопоставленный товарный знак (2) в своей предпринимательской деятельности в сфере предоставления населению услуг и продажи товаров ресторана быстрого

питания в г. Грозный, владельцем которого он является, и который набирает популярность среди местного населения;

- лицо, подавшее возражение, приводит сведения в отношении рекламной вывески, ссылки на договоры поставки товаров и т.п.;

- обстоятельства использования своего товарного знака с 2013 г. также были предметом доказывания в споре (дело № СИП-142/2017) по иску лица, подавшего возражение, к ЗАО «Телефонная компания» о прекращении правовой охраны товарного знака «Точка» по свидетельствам №№ 379956, 377216, 373523, 373517, 373516, в связи с неиспользованием;

- в г. Грозный никогда ранее не открывался и не функционировал ресторан под брэндом «Макдональдс», местный потребитель в основной массе не знает его продукцию. Открытие нового ресторана в г. Грозном под названием «Вкусно - и точка» вызовет у местного потребителя смешение сходства с рестораном под товарным знаком (2), так как товары и услуги однородные. Других ресторанов или производителей однородных товаров и услуг, которые бы использовали в своем наименовании слово «ТОЧКА» в г. Грозном нет;

- в противопоставленном товарном знаке (2) используется словосочетание с использованием синтаксической связи в виде согласования, точно так же, как и в обозначении «Вкусно - и точка», то есть используется определение (комментарии) к главным словам. Благодаря применению разных синтаксических связей в словосочетаниях устанавливаются и разные определительные отношения, влияющие на семантику тех или иных словосочетаний;

- уровень высокого внимания потребителя к сфере общественного питания, о котором говорит правообладатель, может быть актуален в отношении ресторанов другого уровня, но только не ресторанов, предлагающих фаст-фуд;

- представленное заключение, подготовленное по результатам социологического опроса, не может быть положено в основу решения об отсутствии сходства сравниваемых товарных знаков. Социологическое исследование является не полным и невозможно проверить его чистоту. Так, невозможно проверить базы данных респондентов в количестве и качестве, соответствующих критериям технического задания. Заключение не содержит первичных данных, позволяющих проверить

чистоту результатов опроса - все ответы по анкетным вопросам отображены в процентном соотношении, без указания количества положительных и (или) отрицательных ответов, и без распределения ответов по населенным пунктам России. При этом не исключается наличие территориальной непропорциональности в распределении выборки и т.п.;

- социологическое исследование не охватывает опрос мнения потребителей в отношении товаров, указанных в оспариваемом товарном знаке (1);

- опрос мнения потребителей относительно могли ли они перепутать производителя и продавца товаров, покупая их, например, без посещения ресторана, где они продаются, не проводился;

- опрос также охватывает г. Грозный и другие города, где никогда ранее не существовал и сейчас не существует ресторан бывшей сети «Макдональдс». Сколько респондентов было опрошено именно в этих городах, и какие ответы были получены неизвестно;

- исходя из формулировок опроса, из числа респондентов сразу исключались лица, ресторан не посещавшие, но, например, планирующие это сделать. Также, исходя из такой формулировки первого вопроса, из опроса могли быть исключены лица, заказывающие фаст-фуд посредством сторонних сервисов доставки;

- посещение кафе/ресторана и обозначение его именно так как это отображено в объектах социологического исследования могло и не вызвать у опрошенных респондентов сходства, так как правообладатель оспариваемого товарного знака использует обозначение «Вкусно - и точка» преимущественно в другом шрифтовом и цветовом исполнении;

- представленный в заключении опрос не охватывал исследование мнений потребителей относительно того, как на самом деле в реальности ими данные обозначения воспринимаются.

В подтверждение своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие документы:

- распечатки страниц он-лайн переводчиков - (14);

- копия уведомления о начале осуществления предпринимательской деятельности от 23.12.2013 г. - (15);

- копии документов на установку рекламной вывески - (16);
- копии договоров на поставку сырья для пищевой промышленности - (17);
- копии договоров на изготовление полиграфической продукции с макетами упаковки товаров ресторана быстрого питания - (18).

С учетом даты приоритета (10.06.2022) оспариваемого товарного знака (1) по свидетельству № 883355 правовая база для оценки его охраноспособности включает 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 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 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 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).

Оспариваемый товарный знак «^{Вкусно – и точка}» (1) представляет собой словесное обозначение, состоящее из словесных элементов «Вкусно», «и точка», выполненных на одной строке, стандартными буквами русского алфавита и разделенных тире. Правовая охрана товарного знака (1) действует на территории

Российской Федерации в отношении товаров 16, 18, 25, 28, 29, 30, 32, услуг 43 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В соответствии с пунктом 2 (1) статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение пяти лет со дня публикации сведений о государственной регистрации товарного знака в официальном бюллетене (статья 1506), если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 6, 7 и 10 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Публикация сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку (1) по свидетельству № 883355 в отношении товаров и услуг, указанных в перечне свидетельства, была осуществлена 02.08.2022 г. Подача возражения произведена 07.11.2022 с соблюдением пятилетнего срока со дня публикации сведений о предоставлении правовой охраны оспариваемому товарному знаку на территории Российской Федерации в официальном бюллетене.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом. Наличие исключительного права на противопоставленный товарный знак **ТОЧКА**^{it's fine} (2) по свидетельству № 681524 у лица, подавшего возражение, свидетельствует о его заинтересованности в подаче настоящего возражения.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака (1) по свидетельству № 883355 требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Противопоставленный товарный знак **ТОЧКА**^{it's fine} (2) по свидетельству № 681524 с приоритетом от 11.04.2017 выполнен оригинальным шрифтом в две строки буквами латинского и русского алфавитов. Правовая охрана товарному знаку (2) предоставлена на территории Российской Федерации в отношении товаров 29, 30, 32, услуг 43 классов МКТУ, указанных в перечне, в цветовом сочетании: «бордовый».

Сравнительный анализ сходства оспариваемого товарного знака (1) и противопоставленного товарного знака (2) показал следующее.

Сравниваемые словесные элементы «Вкусно – и точка» (1) и «it's fine ТОЧКА» (2) действительно содержат фонетически тождественный словесный элемент «ТОЧКА». Вместе с тем, элементы «Вкусно» (1) и «it's fine» (звучит как «ит'с файн») (2) способствуют формированию качественно иных звуковых образов, производимых сравниваемыми товарными знаками в целом. Так, фонетическое воспроизведение оспариваемого товарного знака (1) начинается именно с элемента «Вкусно» (1). Английская составляющая «it's fine» («ит'с файн») способствует иному прочтению товарного знака (2) в целом. Таким образом, сравниваемые товарные знаки (1) и (2) различаются прочтением слов «Вкусно» (1) и «it's fine» (звучит как «ит'с файн») (2), которые ведут к разному звуковому ряду, составу гласных и согласных звуков, ударению.

Смысловые различия сравниваемых товарных знаков обусловлены разными семантическими образами, заложенными в товарные знаки. Оспариваемый товарный знак «Вкусно - и точка» (1) представляет собой словосочетание, состоящее из синтаксически и грамматически связанных слов с использованием «тире» и соединительного союза «и». Смысловое значение оспариваемого товарного знака (1) определяется словарными значениями входящих в его состав слов, союзом «и» и «тире». То есть семантическое значение оспариваемого товарного знака (1) очевидно и не требует домысливания: «приятно на вкус и это всё, то есть окончательное решение». Элемент «it's fine» товарного знака (2) выполнен буквами латинского алфавита и имеет перевод с английского языка на русский язык: «все в порядке» (см. электронный словарь: <https://translate.yandex.ru/>). Элементы «it's fine» и «ТОЧКА» (2) в силу того, что являются единицами разных языков, не образуют устойчивого словосочетания, однако, по своей совокупности могут означать: «это хорошая точка» или «это место (точка), в котором все прекрасно».

Визуально сравниваемые товарные знаки (1) и (2) имеют различия, обусловленные использованием разных шрифтов, алфавитов, а также цветового сочетания при написании словесных элементов.

Проведенный анализ позволяет коллегии сделать вывод об отсутствии сходства сравниваемых знаков (1) и (2) на основании вышеприведенных критериев сходства словесных обозначений.

Указанное обуславливает отсутствие ассоциирования сравниваемых товарных знаков (1) и (2) друг с другом в целом, что свидетельствует об отсутствии сходства.

Указанные выводы коллегии об отсутствии сходства между сравниваемыми товарными знаками (1) и (2) также подтверждаются выводами имеющихся в материалах дела социологического и лингвистического исследований (6,13).

Согласно лингвистическому заключению Баранова А.Н. и Гуревич Л.С. (6) исследовалось значение слов, составляющих сравниваемые товарные знаки (1) и (2). Проведенный анализ речевой формы «Вкусно - и точка» позволил специалистам прийти к выводу, что она используется в значении: «приятно на вкус и это всё, то есть окончательное решение, окончательный вывод». Речевая форма «it's fine ТОЧКА» передает смысл: «это место, в котором все (чего бы это ни касалось) хорошо (прекрасно)». В исследовании специалисты также пришли к выводу, что пересечения или дублирования основных смыслов у речевых форм не обнаруживается, несмотря на общее слово «точка» и в ситуации сопоставления наиболее существенным для понимания оказывается первый и основной компонент: «Вкусно» и «it's fine» соответственно.

Заключение Лаборатории социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН № 22-2023 от 21.02.2023 г. (13) касается определения наличия или отсутствия сходства до степени смешения между сравниваемыми товарными знаками (1) и (2) с точки зрения потребителей закусочных, кафе, ресторанов. Так, подавляющее большинство потребителей (95 %) полагают, что сравниваемые товарные знаки (1) и (2) в целом производят разное общее впечатление. К различиям по звучанию и смыслу пришли 91 % и 90 % опрошенных респондентов, соответственно. Подавляющее большинство потребителей 98 % полагают, что услуги, маркированные сравниваемыми товарными знаками (1) и (2) оказываются разными компаниями. Также 91 % опрошенных потребителей считают, что при намерении посетить ресторан быстрого питания «it's fine ТОЧКА» не могли бы перепутать и ошибочно посетить ресторан быстрого питания «Вкусно - и точка».

Методом исследования является Интернет-опрос. При оценке такой методики проведения опросов следует учитывать, что они в целом применимы для объективного установления фактов в отношении товаров и услуг массового потребления. Анализируемые услуги 43 класса МКТУ представляют собой услуги предприятий общественного питания, то есть являются услугами массового потребления и каких-либо специальных познаний их специфики не требуется. География исследования охватывает 188 городов, 10 (поселки, села) в 197 городских округах и муниципальных районов в 77 регионах Российской Федерации. Всего было опрошено 1500 человек, которые были отобраны на основании вопросов-фильтров.

Документального опровержения имеющихся в деле исследований (6,13) со стороны лица, подавшего возражение, не представлено.

Сравнение перечней товаров 29, 30, 32, услуг 43 классов МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарным знакам (1) и (2) с целью определения их однородности, показало следующее.

Товары 29 класса МКТУ *«продукты пищевые (блюда), приготовленные из мяса, свинины, рыбы и птицы, фруктовые и овощные салаты; мясо, рыба, птица и дичь; ветчина; котлеты соевые; корн-доги / сосиски в тесте на палочках; креветки неживые; креветки пальчатые неживые; супы»* оспариваемого товарного знака (1) и товары 29 класса МКТУ *«бульоны; ветчина; голотуриши неживые / трепанги неживые; дичь; желе мясное; икра рыб обработанная; кальби [корейское блюдо-мясо на гриле]; консервы мясные; консервы рыбные; концентраты бульонные; корн-доги / сосиски в тесте на палочках; креветки неживые; креветки пальчатые неживые; моллюски неживые; муссы рыбные; мясо; мясо консервированное; мясо лиофилизированное; паштеты из печени; печень; продукты рыбные пищевые; птица домашняя неживая; пулькоги [корейское мясное блюдо]; рыба консервированная; рыба неживая; рыба соленая; свинина; сельдь неживая; солонина; сосиски; сосиски в сухарях; сосиски для хот-догов; составы для приготовления бульонов; составы для приготовления супов; субпродукты; супы; филе рыб»* товарного знака (2) являются либо идентичными, либо относятся к одинаковому родовому понятию *«продукты животного*

происхождения», имеют общее назначение, одинаковый круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Товары 29 класса МКТУ «*сыр, молоко, составы для изготовления молока, молочные продукты, йогурт и напитки на основе йогурта, йогурт и другие молочные продукты; йогурт; коктейли молочные; сырники*» знака (1) и товары 29 класса МКТУ «*крем сливочный; молоко; молоко арахисовое; молоко арахисовое для кулинарных целей; молоко кокосовое; молоко кокосовое для кулинарных целей; молоко миндальное; молоко миндальное для кулинарных целей; молоко овсяное; молоко рисовое; молоко рисовое для кулинарных целей; молоко с повышенным содержанием белка; молоко сгущенное; молоко соевое; молоко сухое; напитки молочные с преобладанием молока; напитки на основе арахисового молока; напитки на основе кокосового молока; напитки на основе миндального молока; продукты молочные; простокваша [скисшее молоко]; ряженка [молоко топленое молочнокислого брожения]; сливки [молочный продукт]; сливки взбитые; сметана [сквашенные сливки]; сыворотка молочная; сыры*» товарного знака (2) являются либо идентичными, либо соотносятся как род (вид) «*молоко и продукты молочные*», имеют общее назначение, одинаковый круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Товары 29 класса МКТУ «*яйца*» товарного знака (1) и товары 29 класса МКТУ «*яйца; яйца улитки*» противопоставленного знака (2) либо тождественны, либо относятся к одному роду (виду) «*яйца и яйцепродукты*», имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Товар 29 класса МКТУ «*масло сливочное*» товарного знака (1) идентичен соответствующему товару 29 класса МКТУ противопоставленного знака (2), что свидетельствует об их однородности.

Товары 29 класса МКТУ «*овоци и фрукты, консервированные или подвергнутые тепловой обработке, закуски легкие на основе фруктов; картофель фри, кольца луковые; салаты овощные; салаты фруктовые; супы овощные; фалафель; пикули; десертные продукты, десерт со взбитыми сливками на основе ягод*» товарного знака (1) и товары 29 класса МКТУ «*айвар [консервированный перец]; артишоки консервированные; бобы консервированные; бобы соевые*

консервированные для употребления в пищу; варенье имбирное; водоросли морские обжаренные; горох консервированный; грибы консервированные; гуакамоле [пюре из авокадо]; желе фруктовое; закуски легкие на основе фруктов; изюм; икра баклажанная; икра кабачковая; капуста квашеная; кимчи [блюдо из ферментированных овощей]; кольца луковые; композиции из обработанных фруктов; компоты (десерт из вареных фруктов); консервы фруктовые; кукуруза сахарная, обработанная; лук консервированный; мармелад, за исключением кондитерских изделий; овощи консервированные; овощи лиофилизированные; овощи сушеные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; оливки консервированные; плоды или ягоды, сваренные в сахарном сиропе; пыльца растений, приготовленная для пищи; пюре клюквенное; пюре томатное; пюре яблочное; салаты овощные; салаты фруктовые; сок томатный для приготовления пищи; соки овощные для приготовления пищи; финики; фрукты глазированные; фрукты замороженные; фрукты консервированные; фрукты, консервированные в спирте; фрукты, подвергнутые тепловой обработке» противопоставленного знака (2) либо тождественны, либо относятся к одному роду (виду) «продукты растительного происхождения», имеют общее назначение, круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

Товары 30 класса МКТУ «сэндвичи для употребления в пищу, сэндвичи с мясом, сэндвичи со свиной, сэндвичи с рыбой, сэндвичи с курицей, блины» товарного знака (1) и товары 30 класса МКТУ «баоцзы [китайские пирожки]; блины; булочки для гамбургеров [сэндвичей]; буррито; веджибургеры [сэндвичи]; гамбургеры [сэндвичи], в том числе с говядиной, с бараниной, со свиной, с птицей или рыбой; изделия пирожковые; клецки на основе муки; кулебяки с мясом; окономияки [японские пикантные блины]; паштет запеченный в тесте; пироги; смесь тестовая для окономияки [японские пикантные блины]; сэндвичи, в том числе с мясом, с говядиной, с бараниной, со свиной, с птицей или рыбой; фишбургеры [сэндвичи]; хот-доги; чизбургеры [сэндвичи]; чикенбургеры [сэндвичи]» противопоставленного товарного знака (2) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «готовые кулинарные изделия», имеют общее

назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Товары 30 класса МКТУ «*бриоши; изделия кондитерские из сладкого теста, преимущественно с начинкой, пирожные, торты, печенье, шоколад, изделия кондитерские мучные, сахар; выпечка и изделия кондитерские; сахар; бисквиты, булочки с шоколадом / шоколатины; вафли; изделия кондитерские из слоеного теста; изделия кондитерские мучные*» товарного знака (1) и товары 30 класса МКТУ «*вафли; изделия железные фруктовые [кондитерские]; изделия из сладостей для украшения тортов; изделия кондитерские для украшения новогодних елок; изделия кондитерские из сладкого теста, преимущественно с начинкой; изделия кондитерские мучные; изделия кондитерские на основе арахиса; изделия кондитерские на основе миндаля; конфеты; конфеты лакричные [кондитерские изделия]; конфеты мятные; леденцы; макарон [печенье миндальное марципан; муссы десертные [кондитерские изделия]; муссы шоколадные; палочки лакричные [кондитерские изделия]; пастилки [кондитерские изделия]; печенье; печенье сухое; помадки [кондитерские изделия]; пралине; пряники; птифуры [пирожные]; пудра для кондитерских изделий; сладости; спреды на основе шоколада; спреды шоколадные с орехами; шоколад*» противопоставленного товарного знака (2) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «*изделия кондитерские, сладости*», имеют общее назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Товары 30 класса МКТУ «*галеты, хлеб, булки*» товарного знака (1) и товары 30 класса МКТУ «*булки; галеты солодовые; хлеб; хлеб из пресного теста*» противопоставленного товарного знака (2) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «*изделия хлебобулочные*», имеют общее назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Товары 30 класса МКТУ «*горчица, соусы [приправы], соль, специи; кетчуп [соус]*» товарного знака (1) являются сопутствующими по отношению к товарам 29 класса МКТУ «*паста томатная; пюре томатное; сок лимонный для кулинарных целей; сок томатный для приготовления пищи; соки овощные для*

приготовления пищи», товарам 30 класса МКТУ «препараты ароматические пищевые» товарного знака (2), при этом сравниваемые товары предназначены для приготовления пищи и усиления ее вкусовых качеств, то есть имеют общее назначение, круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, встречаются в одном сегменте рынка, то есть являются однородными. При этом данные товары находятся в корреспондирующих классах.

Товар 30 класса МКТУ «крупа овсяная» товарного знака (1) и товары 30 класса МКТУ «закуски легкие на основе хлебных злаков» товарного знака (2) относятся к злаковой продукции, имеют общее назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Товары 30 класса МКТУ «мороженое, сорбет и другие продукты из съедобного льда; йогурт замороженный [мороженое]; мороженое» товарного знака (1) и товары 30 класса МКТУ «мороженое; порошки для приготовления мороженого; сорбет [мороженое]» товарного знака (2) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «лед, мороженое», имеют общее назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Товары 30 класса МКТУ «кофе, чай, какао и их заменители; заменители кофе; напитки какао-молочные; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; напитки на базе какао; напитки чайные; напитки чайные с молоком; напитки шоколадно-молочные; напитки шоколадные» товарного знака (1) и товары 30 класса МКТУ «кофе; кофе-сырец; напитки какао-молочные; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; напитки на базе какао; напитки на основе ромашки; напитки шоколадно-молочные; напитки шоколадные; цветы или листья, используемые в качестве заменителей чая; цикорий [заменитель кофе]; чай; чай со льдом» товарного знака (2) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) «чай, кофе, какао и напитки на их основе», имеют общее назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Товары 32 класса МКТУ «вода газированная; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки

безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; соки фруктовые» товарного знака (1) и товары 32 класса МКТУ *«аперитивы безалкогольные; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды газированные; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас [безалкогольный напиток]; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; 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; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; сассапариль [безалкогольный напиток]; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; щербет [напиток]»* товарного знака (2) либо идентичны, либо относятся к одному родовому понятию *«напитки, не содержащие алкоголь»*, имеют общее назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Услуги 43 класса МКТУ *«услуги ресторанов, услуги по доставке еды и напитков, в том числе доставке на дом и (или) на рабочее место; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; рестораны и услуги ресторанов на вынос, услуги быстрого питания, кафе быстрого обслуживания; рестораны самообслуживания и закусочные, кафе, точки быстрого питания; закусочные, кафе, столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги по предоставлению, организации питания; услуги ресторанов на вынос с доставкой еды на дом»* товарного знака (1) и услуги 43 класса МКТУ *«закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги по приготовлению блюд*

и доставке их на дом; услуги ресторанов ваюоку» товарного знака (2) либо идентичны, либо относятся к одному родовому понятию «*обеспечение едой*», имеют общее назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Услуга 43 класса МКТУ «*предоставление информации, в том числе онлайн или через мобильные приложения, об услугах по предоставлению пищевых продуктов и напитков*» товарного знака (1) является сопутствующей по отношению к услугам 43 класса МКТУ «*закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов ваюоку»* товарного знака (2), в связи с чем, они имеют общее назначение, круг потребителей, встречаются в одном сегменте рынка, что свидетельствует об их однородности.

Учитывая отсутствие сходства, однородные товары 29, 30, 32, услуги 43 классов МКТУ, маркированные сравнимаемыми товарными знаками (1) и (2), не будут смешиваться в гражданском обороте, и у потребителя не возникнет представления о принадлежности сравниваемых товаров и услуг одному производителю.

Кроме того, коллегия отмечает следующее. При определении вероятности смешения также могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации"). Лицом, подавшим возражение, представлены документы (5;15-18), представляющие собой уведомление о начале осуществления предпринимательской деятельности в области оказания услуг общественного питания, информация по рекламному месту, сведения об установке рекламной конструкции, договоры на поставку продукции, договор в отношении полиграфической продукции (коробки, пакеты, обертки) с использованием противопоставленного товарного знака (2) в пределах г. Грозный. Вместе с тем, из указанных материалов не следует широкая известность противопоставленного

товарного знака (2). Так, в материалы дела не представлены фактические доказательства длительной рекламной кампании, длительного и интенсивного использования, включая обширную географию продаж продукции, оказания услуг в области общественного питания. При этом, коллегия не располагает какими-либо доказательствами фактического смешения сравниваемых средств индивидуализации.

Таким образом, у коллегии нет оснований считать, что регистрация оспариваемого товарного знака (1) произведена в нарушение требований, регламентированных пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы и документы сторон о фактическом использовании сравниваемых товарных знаков (1) и (2) не опровергают вышеизложенные выводы коллегии об отсутствии сходства. Правовой оценке подлежат сравниваемые товарные знаки (1) и (2) в том виде, как они зарегистрированы в Госреестре.

Сведения из представленной практики ведомства, ссылки на судебные акты не имеют преюдициального значения. Делопроизводство по каждому делу ведется независимо, исходя из совокупности всех обстоятельств дела.

Делопроизводство по иным заявкам правообладателя к существу спора не относятся. Распечатки (3) с сайтов об общественном мнении о названии товарного знака «Вкусно и точка» к иным выводам коллегии не приводят.

Оценка действий в части недобросовестной конкуренции и злоупотребления гражданскими правами не входит в компетенцию Федеральной службы по интеллектуальной собственности. Согласно пункту 5 статьи 10 Кодекса добросовестность участников гражданских правоотношений и разумность их действий предполагаются.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 07.11.2022, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 883355.