

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**коллегии по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденных приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее - Правила ППС), рассмотрела поступившее 26.05.2025 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1101922, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «РУМИ», г. Архангельск (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак «**СЕВЕР В СЕРДЦЕ**» по заявке №20274738145 с приоритетом от 08.04.2024 зарегистрирован 03.04.2025 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации за №1101922 на имя АВТОНОМНОЙ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА, КУЛЬТУРЫ, ОБРАЗОВАНИЯ И СОХРАНЕНИЮ НАСЛЕДИЯ «СЕВЕР В СЕРДЦЕ», 163071, Архангельская область, г Архангельск, ул. Тимме Я., д. 25, офис 505 (далее – правообладатель) в отношении товаров 16, 25, 30, 32 и услуг 35, 41, 43 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 26.05.2025 поступило возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1101922, мотивированное несоответствием произведенной регистрации требованиям пункта 3, пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему.

Лицо, подавшее возражение, имеет право на коммерческое обозначение «Roomi Север в сердце» с 10 декабря 2022, которое возникло у него до даты приоритета оспариваемого товарного знака. Основным видом деятельности ООО «РУМИ» (дата регистрации: 10.11.2020 в соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ) является «деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания».

Доверитель длительное время использует обозначение «Север в сердце», тождественное товарному знаку №1101922, в связи с чем, средний рядовой потребитель ассоциирует обозначение «Север в сердце» именно с деятельностью лица, подавшего возражение.

Лицо, подавшее возражение, использует в предпринимательской деятельности обозначение «СЕВЕР В СЕРДЦЕ» в виде словесного обозначения и в графике.

Информация о предпринимательской деятельности лица, подавшего возражения, размещена в различных источниках: [https://vk.com/roomi\\_restaurant](https://vk.com/roomi_restaurant), «instagram», <https://roomi.one/roomirestaurant>, <https://openarh.ru>, <https://chef.ru>, <https://ural.wheretoeat.ru>, <https://arctic-children.com>, <https://www.tripadvisor.ru>, <https://bulatova.travel>, <https://dzen.ru>.

Обозначение «Север в сердце» используется в качестве названия книги «Север в сердце», соавтором которой является шеф-повар ресторана «ROOMI», в том числе, на подарочных сертификатах, продукции, в статьях различных журналов. Высокая популярность и известность подтверждается высокими оценками и большим количеством отзывов с сервиса «Яндекс.Карты».

Товарный знак №1101922 является сходным до степени смешения с обозначением, используемым ООО «РУМИ», обозначения характеризуются тождественным написанием, звучанием, а также являются тождественными по

графическому признаку, поскольку оба выполнены строчными буквами латинского алфавита черного цвета.

Лицо, подавшее возражение, оказывает следующие услуги: услуги ресторанов; услуги ресторанов с едой на вынос.

Услуги, оказываемые лицом, подавшим возражение, и услуги 43 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован товарный знак №1101922, являются однородными.

Обозначение «Север в сердце» использовалось лицом, подавшим возражение, в фирменной вывеске с 10.12.2022, что подтверждается договором монтажа фирменной вывески, договором на разработку дизайн-проекта и разработку фирменного стиля кафе № ДИ-200516 от 16.05.2020 (в договоре указан вид работ: «разработка дизайн-проекта и фирменного стиля «Север в сердце»), договором с дизайнером (предмет договора (в том числе) – создание визиток с использованием обозначения «Север в сердце») от 13.01.2023, чеком об оплате услуг в ООО «РУМИ» от 03.02.2024.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1101922 недействительной в отношении услуг 43 класса МКТУ.

К материалам возражения приложены следующие документы:

1. Скриншоты социальной сети «Вконтакте»,
2. Скриншоты сайтов,
3. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «РУМИ»,
4. Чек ООО «РУМИ», в котором упоминается обозначение «Север в сердце»,
5. Скриншоты из социальной сети «instagram» (организация, запрещенная на территории РФ),
6. Договор оказания услуг от 10.12.2022 (монтаж вывески),
7. Договор №01 от 13.01.2023 (создание визиток),
8. Договор на разработку дизайн-проекта и разработку фирменного стиля кафе № ДИ-200516 от 16 мая 2020,
9. Скриншоты из социальной сети «instagram» (организация, запрещенная на территории РФ) часть 2,

10. Скриншоты из аккаунта Аникиева Андрея в социальной сети «instagram» (организация, запрещенная на территории РФ).

В почтовый адрес правообладателя были направлены уведомляющие документы о дате проведения заседаний коллегии (11.06.2025, 12.08.2025, 12.09.2025), правообладатель отзыв по мотивам возражения не представил, на заседание коллегии не явился. Заседание коллегии было проведено в отсутствие правообладателя.

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

С учетом даты (08.04.2024) приоритета оспариваемого 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 Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 482 (далее - Правила).

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 требованиями пункта 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Пункт 1 статьи 1538 Кодекса указывает на то, что коммерческим обозначением индивидуализируются торговые, промышленные и другие предприятия.

При этом положениями статьи 132 Кодекса определено, что предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности.

Согласно статье 1539 Кодекса существование исключительного права на коммерческое обозначение зависит от определенных условий. Так, коммерческое обозначение должно индивидуализировать предприятие, обладать достаточными различительными признаками и быть известным на определенной территории в результате его применения правообладателем. Кроме того, исходя из положений пункта 1540 Кодекса, исключительное право на коммерческое обозначение прекращается, если правообладатель не использует его непрерывно в течение года.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно: 1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их

расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звуко сочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение; 2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание; 3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1538 Кодекса юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Оспариваемый комбинированный товарный знак «СЕВЕР В СЕРДЦЕ» по свидетельству №1101922 является словесным, выполнен стандартным шрифтом буквами латинского алфавита, охраняется в отношении товаров 16, 25, 30, 32 и услуг 35, 41, 43 классов МКТУ.

В соответствии с порядком оспаривания и признания неправомерным предоставления правовой охраны, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что ему принадлежит более раннее право на коммерческое обозначение, сходное до степени смешения с оспариваемым товарным знаком.

В возражении отмечается, что средний рядовой потребитель ассоциирует обозначение «Север в сердце» именно с деятельностью лица, подавшего возражение, в силу чего регистрация оспариваемого товарного знака нарушает права указанного лица на коммерческое обозначение, а также способна ввести потребителя в заблуждение.

К возражению приложены документы, сопровождающие деятельность лица, подавшего возражение (Приложение 1-10), в которых упоминается ресторан «ROOMI СЕВЕР В СЕРДЦЕ».

Услуги ресторанов относятся к родовому наименованию *«услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками»*, к которому относятся услуги 43 класса МКТУ, указанные в перечне оспариваемого товарного знака.

С учетом изложенного, коллегия полагает возможным считать лицо, подавшее возражение, заинтересованным в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1101922.

В отношении противопоставления оспариваемому товарному знаку исключительных прав лица, подавшего возражение, на коммерческое обозначение, коллегия отмечает следующее.

Отличительная часть коммерческого обозначения ресторана «ROOMI СЕВЕР В СЕРДЦЕ» содержит обозначение «СЕВЕР В СЕРДЦЕ», тождественное фонетически, семантически и визуально (за счет исполнения буквами кириллического алфавита) словесному элементу «СЕВЕР В СЕРДЦЕ» оспариваемого товарного знака.

Как следует из материалов дела Общество с ограниченной ответственностью «РУМИ» осуществляет деятельность ресторанов и услуг по доставке продуктов питания через принадлежащий ему сайт <https://roomi.one/roomirestaurant>, а также по адресу: г. Архангельск, пр. Новгородский, д.109 (Приложение 3).

Следует отметить, что к доказательствам возникновения права на коммерческое обозначение относятся сведения о праве на имущественный комплекс, который

функционировал под соответствующей вывеской, при этом был известен на определённой территории.

В состав предприятия, как имущественного комплекса, входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырьё, продукцию, права требования, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги (коммерческое обозначение, товарные знаки, знаки обслуживания), другие исключительные права, если иное не предусмотрено законом или договором.


В этой связи лицом, подавшим возражение, представлен договор оказания услуг от 10.12.2022 (Приложение 6) на установку вывески «Север в сердце» по адресу: г. Архангельск, пр. Новгородский, д. 109.

Вместе с тем указанный документ не может быть принят во внимание, поскольку не содержит подписи/печати заказчика ООО «РУМИ».

Более того, в материалы дела не представлены доказательства, подтверждающие принадлежность лицу, подавшему возражение, (на каком-либо праве - праве собственности, аренды) предприятия как имущественного комплекса.

Представленная в возражении фотография с размещенной вывеской «ROOMI СЕВЕР В СЕРДЦЕ» (стр. 14 возражения), датированная 29.12.2024, выходит за рамки



исследуемого периода. Более того, из представленной фотографии «» не очевидно, где данная вывеска размещалась.

Представленные договоры на разработку фирменного стиля, дизайн проекта, изготовление визиток (Приложение 8, 9) свидетельствует о проведении подготовительного этапа к работе.

Таким образом, в материалах дела не представлены документы, подтверждающие наличие у лица, подавшего возражение, права на имущественный комплекс, который функционировал под соответствующей вывеской.

В отсутствие у лица, подавшего возражение, подтверждения какого-либо предприятия само по себе обозначение «СЕВЕР В СЕРДЦЕ», размещенное на сайтах, в социальных сетях, на бланках, приказах, кассовом чеке, печатной продукции (книга, журналы, визитки), фирменной продукции (Приложение 1, 2, 4, 5, 9, 10) не может признаваться коммерческим обозначением.

Принимая во внимание вышеизложенное, коллегия приходит к выводу о том, что материалами возражения не установлено всей совокупности признаков необходимых и достаточных для признания возникшим у лица, подавшего возражение, права на коммерческое обозначение.

В этой связи у коллегии отсутствуют основания для признания оспариваемого товарного знака не соответствующим требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

Возражение также содержит довод о том, что оспариваемый товарный знак в силу сходства с обозначением, используемым лицом, подавшим возражение, способен ввести потребителей в заблуждение относительно изготовителя и распространителя товаров, поскольку потребители ассоциируют слова «СЕВЕР В СЕРДЦЕ» с деятельностью конкретной организации.

Способность введения в заблуждение элементами обозначений и обозначением в целом не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и его изготовителе.

Для вывода о возникновении указанной ассоциации, связанной с иным источником услуг, необходимо наличие доказательств, не только подтверждающих факт оказания услуг с использованием спорного обозначения, но и подтверждающих возникновение у потребителей стойкой ассоциативной связи между услугой и источником ее оказания.

Анализ представленных с возражением материалов свидетельствует об использовании обозначения «СЕВЕР В СЕРДЦЕ» лицом, подавшим возражение, в своей деятельности.

Вместе с тем, поскольку право на товарный знак действует на всей территории Российской Федерации, локальный характер использования сходного до степени

смешения обозначения иным лицом, не может служить основанием для вывода о том, что на 08.04.2024 у среднего российского потребителя возникла стойкая ассоциативная связь между услугами 43 класса МКТУ, маркированными таким обозначением, и лицом, подавшим возражение, как единым источником происхождения услуг.

С учетом изложенного, довод возражения о том, что оспариваемый товарный знак способен ввести потребителей в заблуждение относительно источника услуг, является не доказанным.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.05.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №1101922.**